MODELO CADENA DE CAMBIOS

4 Pasos para Fortalecer su Programa

Manual para Capacitadores/as

PASCA

El Proyecto Acción SIDA de Centroamérica es financiado por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, Guatemala – Programas Centroamericanos (USAID/G-CAP) y operado por la Academia para el Desarrollo Educativo (AED) bajo el contrato de USAID # 596-0170-A005127-00

INTRODUCCION

"Cadena de Cambios"
Un Modelo para Diseñar Programas de Cambio de Comportamiento con un Enfoque en VIH/SIDA

El trabajo de la prevención de la transmisión de VIH es un trabajo de alto compromiso personal. Las personas que trabajan como profesionales, que viven o están afectadas por el VIH/SIDA, educadores/as de pares, y quienes quieran aprender cómo no infectarse con el VIH, merecen programas de calidad y programas que reflejan la realidad de los/as participantes. Confiamos que la metodología presentada en este manual facilite el diseño y la aplicación de programas para todas las audiencias, especialmente quienes están más vulnerables a infectarse con VIH.

El virus de VIH se transmite en los fluídos corporales – sangre, fluídos sexuales, leche materna o por compartir jeringas infectadas. La forma más común de transmisión en Centro América es la sexual. Teóricamente, es muy claro la forma de detener la transmisión: tener relaciones sexuales penetrativas con una sola pareja que también es VIH negativa; abstinencia de relaciones sexuales penetrativas; o usar un condón o preservativo si tiene relaciones sexuales con personas no conocidas.

Tenemos estadísticas que indican que más del 70% de las personas saben qué es el VIH, cómo se transmite y cómo se previene. Pero del dicho al hecho hay mucho trecho.

Aunque se han estado desarrollando programas de prevención por más de 15 años, una cosa no ha cambiado: hablar de transmisión de VIH significa hablar de relaciones sexuales, de comunicación y de la muerte. También en Centroamérica, significa hablar de relaciones sexuales entre hombres, parejas múltiples, infidelidad, trabajadoras y trabajadores del sexo, abuso sexual entre adultos y con niños y niñas. Significa enfrentar el concepto de confianza entre la pareja, nuestra naturaleza humana frente a las reglas sociales y religiosas que juzgan nuestro

comportamiento. Estos son temas profundos, a veces tabú y comportamientos que son difíciles de cambiar.

Cadena de Cambios es una metodología que permite diseñar programas de prevención de tal manera que los/as participantes no sólo reciban información, sino que también ellos/as cambien su comportamiento o conducta de riesgo.

La metodología se centra en una sola conducta, y está basada en una investigación sistemática de las determinantes de conducta con relación a una conducta esperada o específica. Se hace un análisis para identificar los factores clave que facilitan o causan barreras al cambio de comportamiento. Las actividades programáticas, entonces, van dirigidas a reducir las barreras y reforzar los aspectos que facilitan el cambio de conducta.

La Metodología Cadena de Cambios llega a un grupo de profesionales de ONGs centroamericanas en El Salvador en 1997. Desde su llegada ha sido analizada, cuestionada, adaptada, aplicada y evaluada con la intención de crear una herramienta para ONGs que permita el diseño de programas de prevención efectivos y para audiencias variadas en los países centroamericanos.

Los conceptos del Modelo Cadena de Cambios eran nuevos para los/as profesionales de programas de prevención y presentó una serie de retos para ellos/as y sus organizaciones. Desde 1997 hasta el año 2000, los conceptos, la aplicación y la evaluación de la metodología han sido continuos. Un grupo de asesores/as centroamericanos, después de dos años de usar la metodología en su propia organización llevó esta metodología a más de 75 ONGs para conocerlo. De las seis ONGs originales que aplicaron la metodología en el programa de VIH/SIDA, tres de ellas continúan aplicando la metodología para guiar toda la programación en sus organizaciones y aproximadamente diez de ellas han aplicado el modelo parcialmente al diseño y modificación de sus proyectos.

El Modelo Cadena de Cambios es una herramienta para planificar programas, que además se utiliza para planificar la evaluación de dichos programas, pues brinda información adecuada para establecer indicadores de proceso y de resultados.

El presente manual está dividido en nueve sesiones de trabajo. Cada una de ellas, a su vez, está dividida en dos partes: la sección A que contiene una descripción de los objetivos, las actividades y los materiales y, la sección B, que incluye notas para el facilitador/a.

El trabajo de prevención de VIH es un trabajo de alto compromiso personal. Las personas que participaron en la centroamericanización de la metodología, ya sea como profesionales, o como participantes en los programas, han adaptado esta metodología con sus mentes y sus corazones.

Gracias a todos ellos/as el Modelo Cadena de Cambios está adaptado y disponible en tal forma, que sirve a los centroamericanos/as que trabajan para la prevención del VIH/SIDA.

Espero que usted, lector o lectora, hará lo mismo.

Ann M. Fitzgerald,
Directora del Proyecto PASCA. Mayo 2000.

P.D. Por favor, háganos saber sus comentarios sobre el uso y la utilidad del manual en su contexto, sus observaciones y aportes adicionales para mejorar la metodología. Puede comunicarse a: empasca@intelnet.net.gt.

RECONOCIMIENTOS

PASCA quiere agradecer y hacer público el reconocimiento a las siguientes personas e instituciones que han participado en el trabajo de Cadena de Cambios. Sus corazones, su profesionalismo, sus deseos de combatir el VIH/SIDA con sus audiencias, ha hecho posible superar esta prueba de fuego:

- Julia Rosenbaum y Rebeca Gilad, y la AED, quienes trajeron la metodología a Centro América.

- Los/as participantes en el Primer Encuentro en El Salvador, quienes aceptaron el reto de aplicar y adaptar la metodología en sus organizaciones. Esperanza Camacho, Mario Alvarado, Francisco Cartagena, Javier Calix, Alvaro Conde y Marielena de Pérez.

- Las ONGs que han aplicado y adaptado la metodología en la región: Casa Alianza, ASHONPLAFA, PRODIM, Gaviota en Honduras. Visión Mundial, FUNDEGUADELUPE, Flor de Piedra ASAPROSAR en El Salvador. CEPS, Mujeres de Masaya en Nicaragua. ASER, ASI, Centro de Desarrollo Humano, Rxiin Tnamet del Pueblo, IDEI, SODIFAG y AVSADECO en Guatemala.

- Los/as participantes en los programas de prevención quienes comprobaron que el Modelo de Cadena de Cambios sirve para dirigirse a audiencias muy diferentes – personal militar uniformado (soldados) en El Salvador, las trabajadoras del sexo en El Salvador y Guatemala, los uniformados de la Base Naval en Guatemala, los hombres migrantes Mam, Tzutuhiles y amas de casa Kaquickeles en Guatemala, las mujeres de las maquilas en Guatemala, los y las adolescentes en todos los países, los niños de la calle y taxistas en Honduras.

- Los profesionales que aplicaron, criticaron, mejoraron y confiaron en la metodología: (grupo de Asesores): Javier Calix, Mario Alvarado, Esperanza Camacho, Werner Figueroa, Mary Bolt, Manuel Solís, Roberto León, Dory Lucas, Gustavo Castellanos, Marta Manley

- Eugenia Monterroso, Directora del Componente de ONGs de PASCA, y Carlos Serrano, Asistente Técnico al componente de ONGs, quienes lideraron el proceso y no se dejaron vencer, frente a muchos retos.

- El Staff regional de PASCA en particular, las y los Enlaces, quienes proveerán un seguimiento al proceso en sus países: Joselina Paz, Lícida Bautista, Francisco Carrillo, Mercedes Tenorio, Norma de Quintero. Jeannette de Jiménez, quien editó el manual.

Sin ustedes y todos/as las demás personas que han colaborado con esta tarea, no hubiera salido este manual!

.

INDICE

- ***INTRODUCCION*****……** ***II - IV***
- ***RECONOCIMIENTOS*****……** ***V***
- ***SESION 1***
  Introducción al Taller**.....** ***1 - 3***
- ***SESION 2:***
  Introducción al Modelo de Cadena de Cambios**.....** ***4 - 15***
- ***SESION 3:***
  La Venta de una Idea**.....** ***16 - 25***
- ***SESION 4***
  Conozca a su Población Meta**.....** ***26 - 48***
- ***SESION 5***
  Identificando las Conductas**.....** ***49 - 65***
- ***SESION 6***
  Résumen del Primer Día y Anticipo del Segundo Día**.....** ***66 - 67***
- ***SESION 7***
  Usando la Ciencia de la Conducta para Identificar los Factores Clave**.....** ***68 - 87***
- ***SESION 8***
  Planificando Actividades que Aborden los Factores Clave**.....** ***88 - 101***
- ***SESION 9***
  Qué Aprendimos y Cómo lo Aplicamos a Nuestros Programas**.....** ***102- 105***

SESION #1: INTRODUCCION AL TALLER

A. Objetivos:

Al finalizar esta actividad, las personas participantes podrán:

- Conocerse entre sí
- Comentar los objetivos y contenidos del taller

Actividades	Tiempo	Página
1. Bienvenida	5 min.	1
2. Ejercicio grupal de integración	20 min.	1
3. Objetivos y descripción del taller	10 min.	2
4. Reglas del taller	10 min.	3
Tiempo total	**45 min.**	

Materiales y preparación anticipada	Página
Mesas para los/as participantes con seis u ocho sillas por mesa Papel rotafolio, marcadores, masking tape	
Agenda y objetivos del taller para participantes	
Manuales para participantes "Un Modelo de Cadena de Cambios para la Planificación de Programas"	

B. Notas para el facilitador /a

1. Bienvenida (5 minutos)

Inicie el taller dándoles la bienvenida, agradeciendo la respuesta a la invitación que se les hizo para asistir, recordando la razón principal de realizar este evento, tales como mejorar la calidad de nuestros programas, perfeccionar la planificación de los programas, diseñar actividades programáticas más efectivas.

Invite al director/a de la organización, otras personas anfitrionas o alguien similar, a que también inaugure el taller para dar reconocimiento a patrocinadores/as y dar mayor realce a la actividad.

2. Ejercicio grupal de integración (20 minutos)

Promueva un ejercicio participativo de integración del grupo de acuerdo a las características del mismo, en la que de manera divertida se rompa el hielo y puedan conocerse. Por ejemplo, presentaciones en grupos pequeños de quiénes son, dónde trabajan y qué les gusta hacer en su tiempo libre.

3. Objetivos y descripción del taller (10 minutos)

Presente la meta y objetivos del taller, solicitando a diferentes participantes que vayan leyendo y comentándolos:

- Meta del taller

  Compartir con los y las participantes una herramienta de planificación de proyectos y/o actividades efectivas de prevención de VIH/SIDA/ITS que puedan ser aplicados a sus organizaciones.

- Objetivos del taller

  Al terminar el taller los y las participantes podrán:

  - Identificar los cuatro "eslabones" o componentes del Modelo de Cadena de Cambios, como elementos esenciales para el diseño de proyectos exitosos.

  - Repasar el proceso de aplicación de resultados de una investigación al diseño de actividades programáticas.

  - Identificar un paso inmediato de acción, así como ideas a largo plazo para revisar sus propios proyectos.

- Descripción del taller

  Proceda a la lectura, por varios/as participantes, de la agenda del taller la cual debe estar dentro de los manuales de participantes. Aclare cualquier duda.

  Ofrezca información específica, tal como localización de baños, tiempo para descanso, comidas y otros que se necesiten. Responda a las preguntas o comentarios que tengan.

  La agenda debe contener los siguientes puntos, desglosados por actividades y horario:

  Primer día

  Bienvenida
  Ejercicio grupal de integración
  Objetivos, decripción y reglas del taller
  Presentación del modelo cadena de cambios
  Identificación de población meta
  Identificación de conductas
  Resúmen primer día

Segundo día

Introducción al segundo día
Identificación de factores clave de conducta
Planificación de actividades
Evaluación del taller

4. Reglas del taller (10 minutos)

Explique al grupo que para mantener un ambiente cordial y propicio al intercambio, se establecerán algunas reglas de participación al taller. Solicite propuestas y escríbalas en el pizarrón.

Sométalas al consenso general y escríbalas en un lugar visible para que se puedan referir a ellas durante todo el taller. Por ejemplo:

- Participar activamente en el taller
- Respetar la confidencialidad de lo que se discuta en el grupo
- Respetar la opinión de cada quién
- Observar el horario establecido
- No fumar
- Otras similares

SESION #2: INTRODUCCION AL MODELO CADENA DE CAMBIOS

A. Objetivos:

Al finalizar esta actividad, las personas participantes podrán

- Reflexionar sobre el concepto del Modelo de Cadena de Cambios
- Nombrar los cuatro "eslabones" del modelo
- Revisar la aplicación del Modelo Cadena de Cambios a la ejecución de un proyecto

Actividades	Tiempo	Página
1. Ejercicio "Cuénteme una Historia"	20 min.	4
2. Presentación breve del modelo	20 min.	5
3. Presentación “ejemplo de la ONG Gaviota”	20 min.	6
Tiempo total	**1 hora**	

Materiales y preparación anticipada	Página
Retroproyector	
Manuales para participantes "Un Modelo de Cadena de Cambios para la Planificación de Programas"	9 – 15
Acetato de "Cuénteme una Historia" S2-1	7
Acetatos de "Un Modelo de Cadena de Cambios para el Programa" S2-2 a S2-7	9 – 14
Acetatos de "Ejemplo de la ONG Gaviota" S2-8	15

B. Notas para el facilitador/a

1. Ejercicio "Cuénteme una Historia" (20 minutos)

Forme grupos de trabajo de acuerdo al número de participantes. Reparta copias del dibujo de las Mujeres en la Aldea (Acetato S2-1) y solicite que nombren a un relator/a.

Pida que después de observar el dibujo, elaboren una historia por grupo que responda las preguntas siguientes:

- ¿Qué cuenta la historia?
- ¿Existe algún problema o situación dentro de la historia?
- ¿Qué sugiere el grupo para resolver la situación encontrada en la historia?

En plenaria, el relator/a de cada grupo contará su historia en no más de 5 minutos.

Pida un aplauso después de cada presentación para felicitar al grupo.

Concluya la actividad haciendo notar que:

- los grupos contaron diferentes situaciones sobre una misma problemática presentada en la fotografía.

- Los procesos de planificación usados para el diseño de proyectos están basados en suposiciones (de conocimiento y experiencias que se tienen), lo cual es parcialmente válido, pero que tenemos además, que **investigar la realidad** de nuestra población meta para atenderla en forma más efectiva.

2. Presentación breve del Modelo Cadena de Cambios (20 minutos)

Comience la presentación diciendo que:

- El taller está enfocado hacia el diseño de programas efectivos, dirigidos a realizar cambios de conducta para poder prevenir el VIH/SIDA.

- Para lograr dicha efectividad programática se utiliza el Modelo Cadena de Cambios, el cual es un marco de trabajo de cuatro pasos que se apoyan mutuamente como una cadena para conducirnos al cambio de conducta deseado.

- Este modelo también puede ser utilizado para otra clase de proyectos, pero en esta ocasión nos centraremos en la prevención del VIH/SIDA

Presente el modelo (Acetatos S2-2 al S2-7) iniciando con el concepto y continuando con cada uno de los eslabones de la cadena, hasta llegar al eslabón de actividad, enfatizando su interrelación en ambas direcciones.

Algunas ideas:

- Antes de llevar a cabo un proyecto, tenemos que tener claro aspectos tales como:

  --¿Quién es su población meta (audiencia, usuarios/as, beneficiarios/as) y qué es importante para ellos y ellas?

  --¿Qué quieren ustedes que haga su población para prevenirse realmente del VIH/SIDA?

--¿Cuáles son los factores que pueden influir en la conducta actual de su población? y ¿Cuáles de ellos puede abordar su programa para que se realicen cambios hacia la conducta esperada?

- Una vez que ustedes han respondido estas 3 interrogantes, entonces pueden finalmente considerar la pregunta de:

  --¿Qué actividades podemos realizar que influyan sobre los factores, para que éstos a su vez influyan sobre la conducta?

- El Modelo Cadena de Cambios no es todo lo que se necesita para asegurar proyectos exitosos, pero es una herramienta que da una base fuerte para conocer a profundidad su programa y tener ideas claras de qué hacer y cómo medirlo.

3. Presentación "Ejemplo de la ONG Gaviota" (20 minutos)

Muestre el Acetato (S2-8) indicándoles que:

- Gaviota es una de las ONGs que han implementado el modelo cadena de cambios en su totalidad.

- Con base en el trabajo previo realizado con jóvenes de la ciudad de Tegucigalpa, se plantearon una cadena de cambios hipotética, para diseñar un programa dirigido a estos jóvenes, en conjunto con el Centro de Salud del Ministerio de Salud (CESAMO) de la localidad.

- Realizaron una pequeña investigación con la población meta (jóvenes) para verificar la cadena de cambios hipotética con la realidad.

Resuma la sesión enfatizando que:

- Esta sesión ayudó a conocer qué es el Modelo Cadena de Cambios y que para cada eslabón de la cadena tenemos que tomar decisiones con base en los resultados de la investigación que realizamos con nuestra población meta.

Cuentame una Historia S2-1

Notas para él Facilitador/a S2-1
Cuentame una Historia

Tres hermanas con sus respectivas familias se van de vacaciones al rancho que tienen a la orilla de la playa.

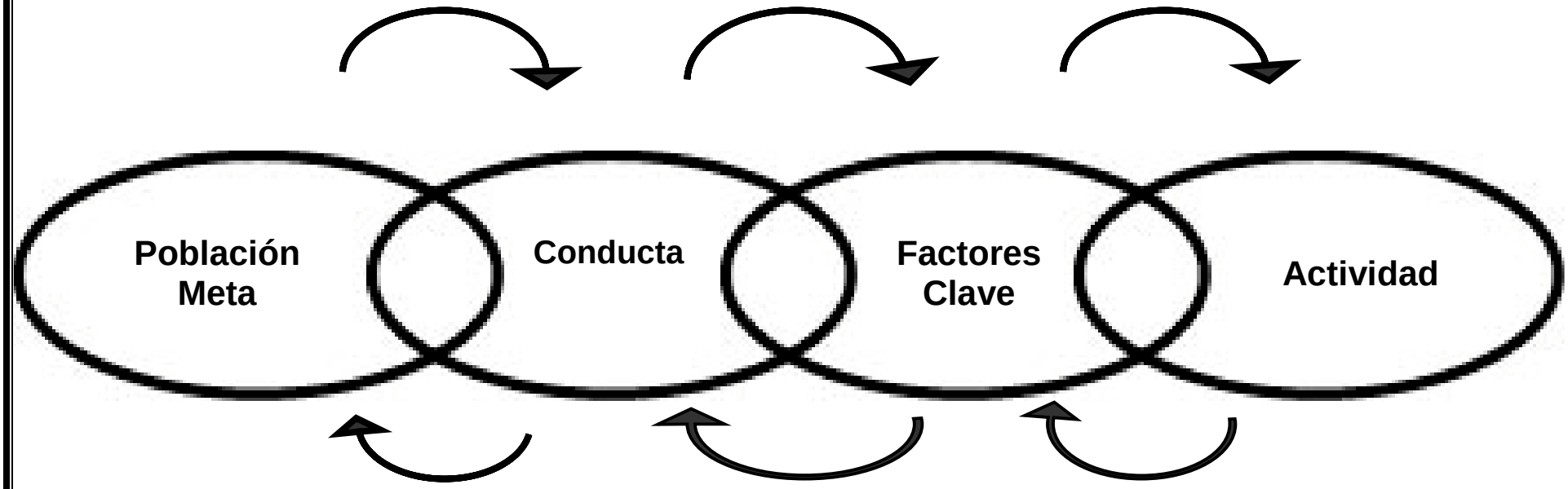
Deciden ir al mercado a comprar frutas y verduras frescas para el almuerzo. Como no hay personal de servicio una de ellas se queda cuidando a los niños y la fotografía muestra cuando las hermanas regresan del mercado y la otra ya está desesperada de cuidar a los niños.

El Modelo Cadena de Cambios

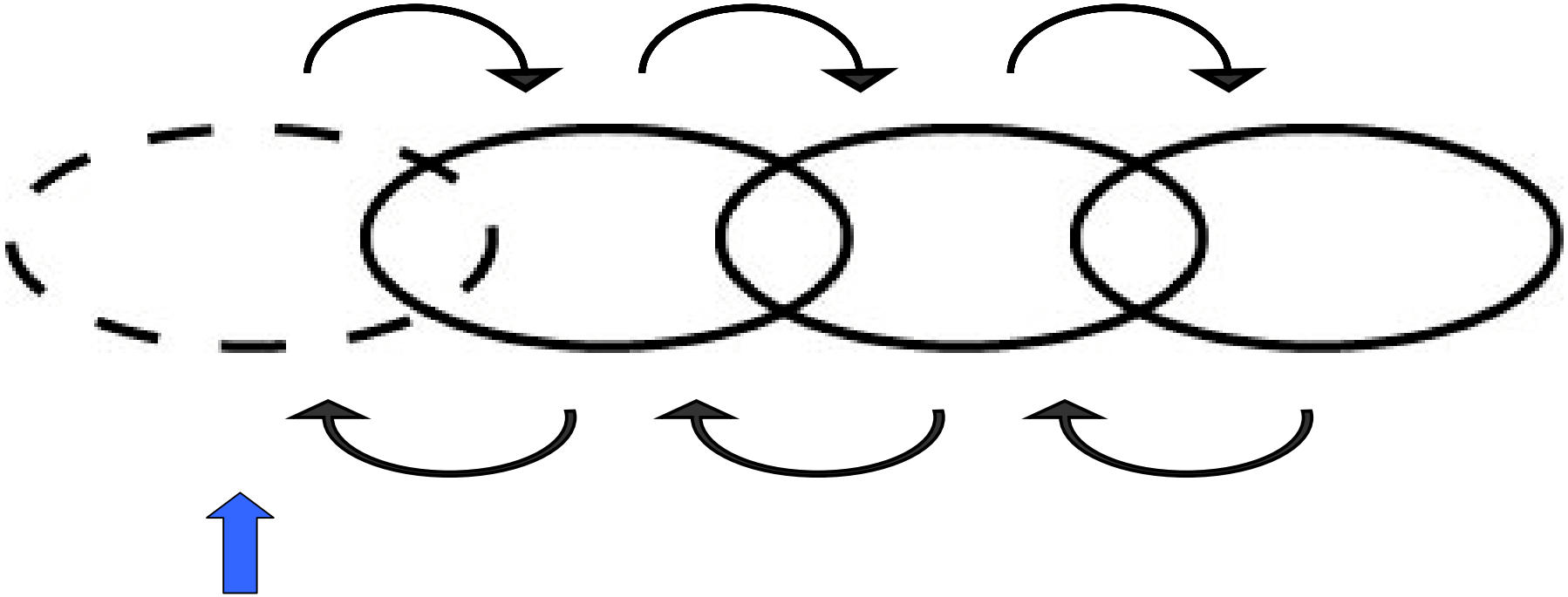
S2-2

Es una herramienta metodológica de planificación de programas y proyectos orientados al cambio de conducta para la prevención de las ITS/VIH

Modelo Cadena de Cambios
S2-3

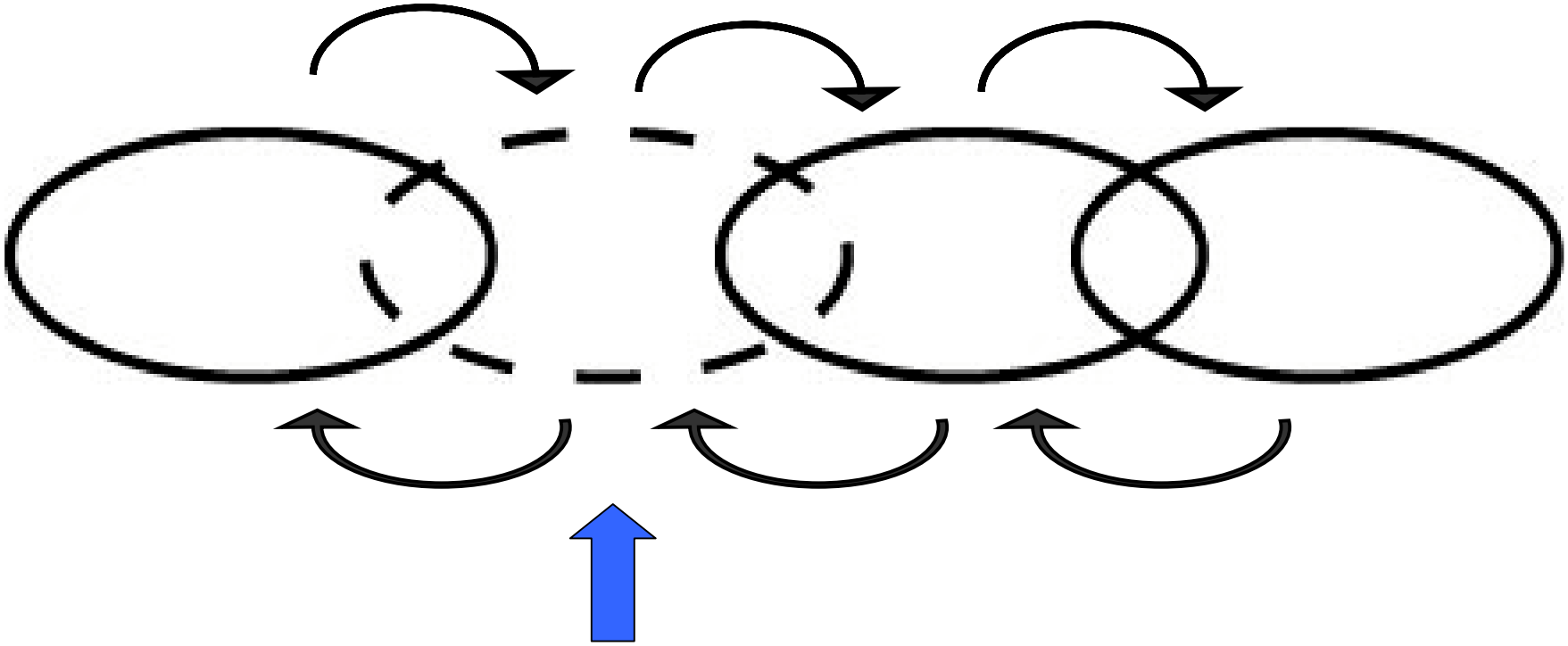


Modelo Cadena de Cambios
S2-4



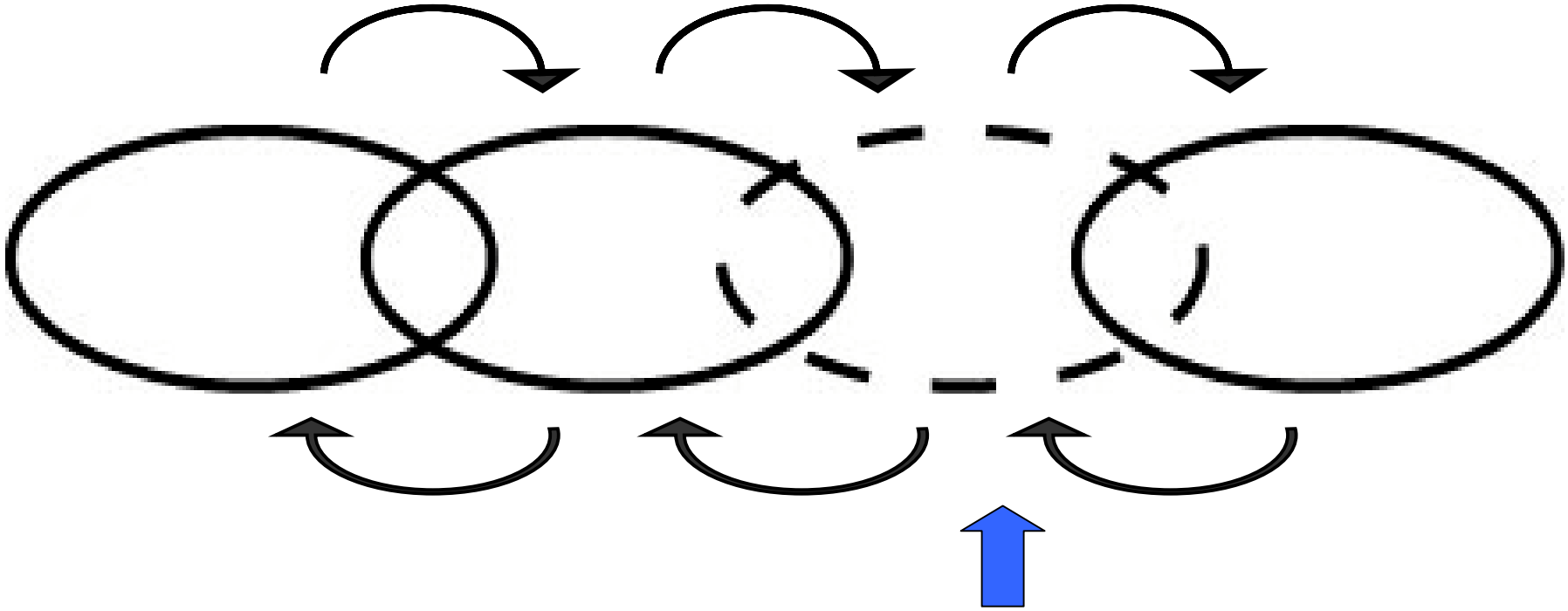
Población meta *en la cual nos enfocaremos y llegaremos a conocer profundamente*

Modelo Cadena de Cambios
S2-5



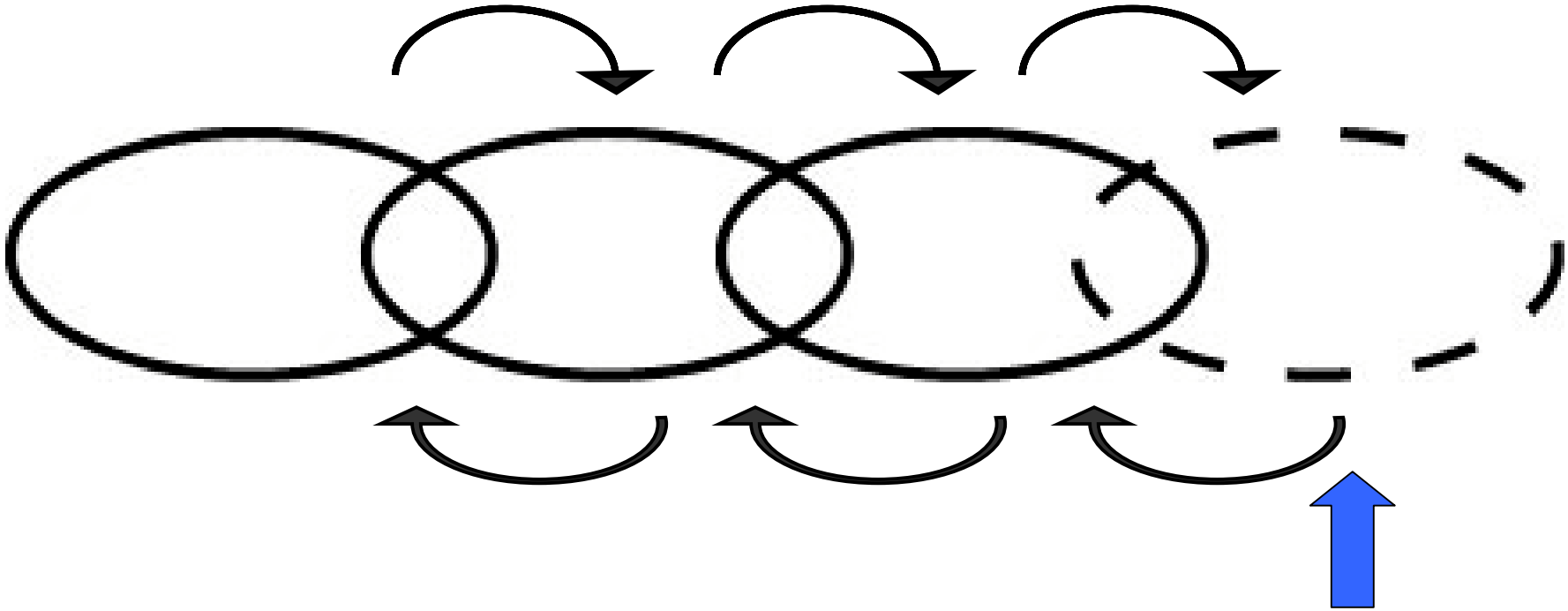
Conducta específica *que lo protege a uno/a del VIH*

Modelo Cadena de Cambios
S2-6



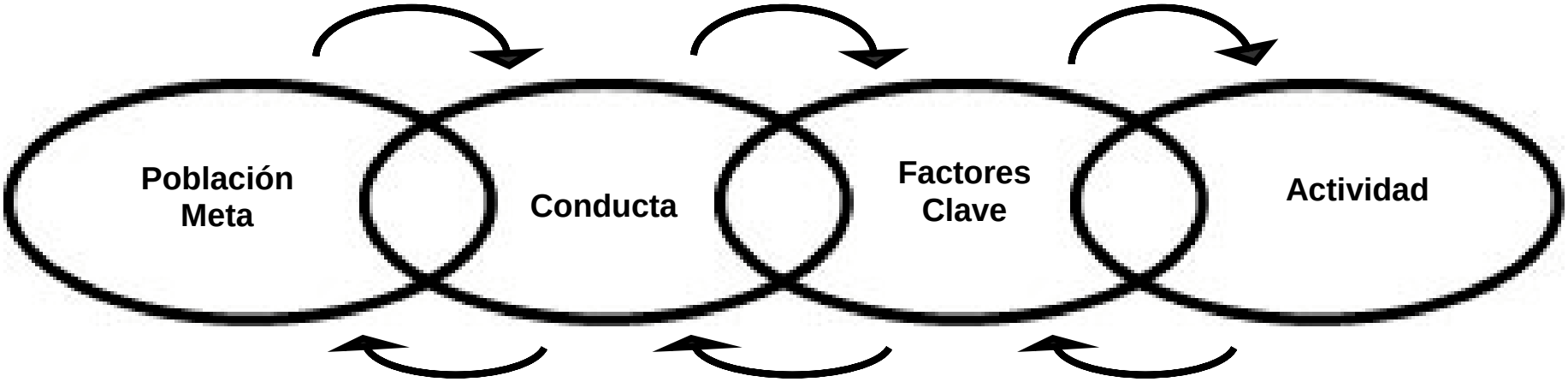
Factores Clave *que puedan influir en la conducta específica*

Modelo Cadena de Cambios
S2-7



Actividad *para influir los factores clave y, por lo tanto, la conducta*

Primera Cadena Hipótetica Elaborada por ONG Gaviota
S2-8



¿ Quién ? Una población meta específica	**¿ Qué ?** Llevar a cabo una conducta específica que les proteja del VIH	**Verbo + Factor** Unos pocos factores clave que puedan influir esa conducta	**Actividad** Algunas actividades específicas que pudieran tener un efecto sobre los factores clave
Hombres jóvenes de 15 a 24 años que tienen intención de usar el CONDON	Que los jóvenes usen el CONDON en toda relación sexual	▪ Desarrollo de habilidades y hábitos que les permitan tener los condones disponibles ▪ Aumento de la habilidad en el uso correcto del CONDON. ▪ Disminuir mitos en la aceptación Social del uso del CONDON.	Talleres en pequeños grupos Video Sociodrama Demostraciones

SESION # 3: LA VENTA DE UNA IDEA

A. Objetivos:

Al finalizar esta actividad, las personas participantes podrán:

- Discutir cuales son los cuatro principios fundamentales de “La Venta de una Idea”
- Usar ejemplos de anuncios para explicar cómo usar los cuatro principios en programas de salud
- Identificar la aplicación del Modelo Cadena de Cambios en ejemplos comerciales
- Analizar cómo el conocimiento profundo de la audiencia (población meta) y la conducta “venden” la idea.

Actividades	Tiempo	Página
1. Introducción	5 min.	16
2. Video	20 min.	17
3. Presentación: Los 4 principios fundamentales de “La Venta de una Idea” S3-6 y S3-7	15 min.	17
4. Resumen de la sesión	10 min.	18
Tiempo total	50 min.	

Material y preparación anticipada	Página
Video de comerciales de AED. En caso no tenga el video, use posters promoviendo diferentes productos de belleza, cuidado personal, y servicios de salud	
Televisión y videocasetera	
Acetatos “Los cuatros principios fundamentales: La Venta de una Idea” S3-7	24 y 25

B. Notas para el facilitador/a

1. Introducción (5 minutos)

Abra la sesión diciendo que en esta actividad se pueden apreciar aspectos del mercadeo social de la prevención del VIH, los cuales se toman muy poco en cuenta en los proyectos de las organizaciones. Que la actividad permite ligar cada eslabón del Modelo de Cadena de Cambios con los principios básicos de la venta de una idea, de manera dinámica, alegre y participativa.

De manera rápida de a conocer los objetivos específicos de la sesión.

2. Presentación del video (20 minutos)

Explique que les va a presentar un video con 5 anuncios comerciales de diferentes " productos". Que cada uno fue producido teniendo en mente la población meta, conductas y mensajes que van a "vender" al público: ya sea una conducta o algo material

Dígales que cada anuncio se presentará dos veces consecutivas. Que los observen muy bien para comentar después sus opiniones con respecto a:

- ¿Quién es la población meta del anuncio?
- ¿Cuál es la conducta que se pretende cambiar?
- ¿Cuál es el factor clave que condujo a esa conducta?
- De acuerdo al anuncio, ¿qué beneficio obtendrá si compra el "producto"?
- Si fuera éste un estudio de mercadotecnia, ¿cuál fue el producto que el anuncio quería que compráramos?

Presente los videos uno por uno y de tiempo entre cada comercial para que los y las participantes tomen algunas notas individuales.

Concluya el ejercicio, preguntando anuncio por anuncio, qué respuestas dieron a cada una de las preguntas arriba mencionadas y presentando la respuesta, de acuerdo al texto de los acetatos respectivos:

- Anuncio Trapecio (Acetato S3-1)
- Anuncio Sandía (Acetato S3-2)
- Anuncio Lactancia Materna (Acetato S3-3)
- Anuncio Caliente (Acetato S3-4)
- Anuncio La Compra del Condón en el Supermercado (Acetato S3-5).

Explique que estos anuncios fueron utilizados para ejemplificar los 4 principios fundamentales que venden un producto o una idea.

NOTA: En caso no tenga el video, use posters promoviendo diferentes productos de belleza, cuidado personal, y servicios de salud

3. Presentación: Los Cuatro Principios Fundamentales de " La Venta de una Idea" (15 minutos)

Presente el acetato titulado " Cuatro Principios Fundamentales de la Venta de una Idea" (Acetato S3-6).

Lea cada principio y comente cada uno de ellos: es importante examinar a nuestra población meta desde su realidad y no desde nuestra suposición.

- Lo que cuenta es lo que "hacen" y no lo que "dicen que hacen".

- Adaptar y hacer fáciles las actividades a la población meta es lo que les atrae a participar en ellas.

- Las decisiones tomadas para su programa, estarán basadas en resultados de su investigación (evidencia) y conviene revisarlas constantemente.

Continúe la presentación con el acetato titulado “Relación de los Cuatro Principios Fundamentales de la Venta de una Idea con el Modelo de Cadena de Cambios” (Acetato S3-7).

Comente que cada eslabón de la cadena de cambios se relaciona directamente con cada uno de los principios fundamentales que se usan comercialmente para vender ideas o productos.

4. Resúmen de la sesión (5 minutos)

Finalice la sesión agradeciendo la participación del grupo en la discusión de los videos y haciendo un breve resúmen que contenga las ideas siguientes:

- Los anuncios comerciales aplican los 4 principios fundamentales para vender una idea. Los medios de comunicación anuncian para motivarnos a comprar un producto o servicio.

- Igualmente los mejores programas de prevención de VIH/SIDA/ITS, usan actividades programáticas (como “vehiculos”) en las que su población meta **obtiene algo** percibido como de **beneficio** y que le es **fácil** de obtener o de alcanzar.

- Durante el taller, van a poder comprobar, si las actividades de sus programas, toman en cuenta lo que es necesario para vender una conducta específica.

Show de Videos: La Venta de una Idea
S3-1

Anuncio: Trapecio

Población Meta	Conducta	Factores Clave	Actividades
Parejas jóvenes Heterosexuales	Practicar la fidelidad mutua	Adquirir la actitud de que la fidelidad mutua es mejor que las relaciones sexuales casuales	Orientación sobre la fidelidad Mutua como medida para evitar el VIH a través del anuncio
		Beneficio: Parejas felices y sanas	**Recompensa:** Hogares felices

Show de Videos: La Venta de una Idea
S3-2

Anuncio: Sandía

Población Meta	Conducta	Factores Clave	Actividades
Padres y madres de Familia	Iniciar y mantener comunicacion abierta con los hijos e hijas para evitar el consumo de drogas en la juventud	Promover el conocimiento y entendimiento entre padres madres e hijos/as para evitar que los hijos/as puedan tener acceso a drogas	Información y orientación sobre La necesidad de comunicación Entre padres / madres e hijos/as Como medio de prevención De uso de drogas
		Beneficio: Salvar la vida de los hijos/as	**Recompensa:** Familias integradas, hijos/as Fuera de riesgo de consumo de Drogas

Show de Videos: La Venta de una Idea
S3-3

Anuncio: Lactancia Materna

Población meta	Conducta	Factores Clave	Actividades
Madres que tienen bebés hasta 6 meses de edad	Dar de mamar en forma exclusiva a los bebes, por un período de por lo menos seis Meses	Incrementar el conocimiento del beneficio de la lactancia materna exclusiva	Promoción de la lactancia Materna, por medio del Anuncio
		Beneficio: Niños y niñas sanos	**Recompensa:** Crecimiento normal del niño o niña

Show de Videos: La Venta de una Idea
S3-4

Anuncio: Caliente

Población meta	Conducta	Factores Clave	Actividades
Mujeres jóvenes	Comprar y usar el perfume caliente	Demostrar que la compra del perfume les convertirá en personas atractivas y sexis	Promover el uso del perfume Caliente, a través del anuncio
		Beneficio: Las mujeres serán sexy	**Recompensa:** Ser atractivas y sensuales

Show de Videos: La Venta de una Idea
S3-5

Anuncio: La compra del condón en el Supermercado

Población Meta	Conducta	Factores Clave	Actividades
Hombres jóvenes sexualmente activos	Comprar el condón para su uso correcto y consistente en cada relación sexual penetrativa	Incrementar la norma social de que la compra de condones es socialmente aceptable	Promover la compra del condón a través del anuncio
		Beneficio: Evitar y prevenir el VIH/ITS	**Recompensa:** Jóvenes saludables con mayor Esperanza de vida

La Venta de una Idea
Cuatro Principios Fundamentales
S3-6

1. Conozca exactamente quién es su población meta y vea el mundo a través de los ojos de esa población.

2. Al final de cuentas, lo único que vale es lo que ***HACE*** su población meta.

3. Haga que la conducta que usted quiere promover en su población meta sea ***FACIL*** de llevar a cabo. Esto se logra si su actividad:

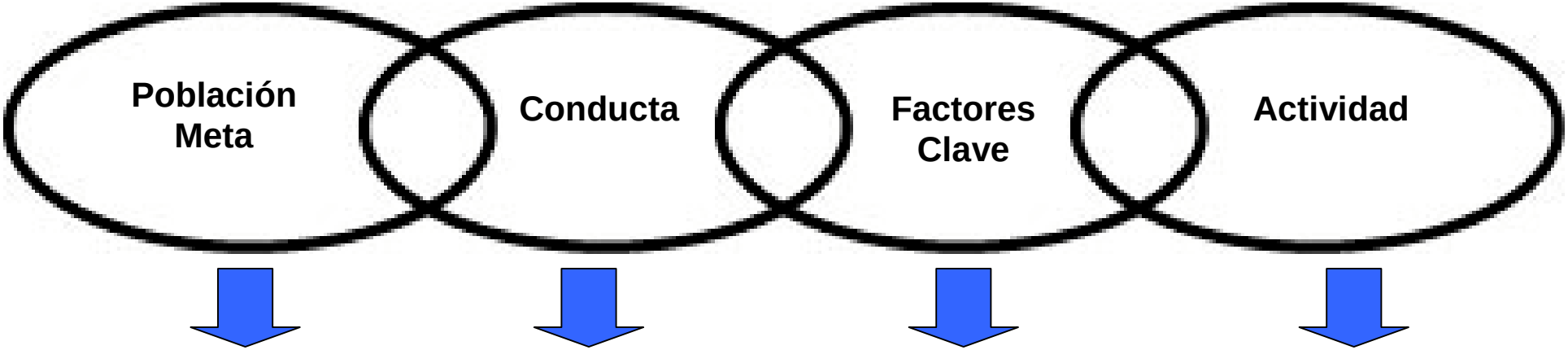
   - Maximiza los beneficios
   - Minimiza las barreras

   para llevar a cabo la conducta, desde el punto de vista de su población meta.

4. Fundamente las decisiones programáticas que usted toma, para su programa en evidencia y evalúe sus decisiones de manera constante.

“ Relación de los Cuatro Principios Fundamentales de la Venta de una Idea con el Modelo de Cadena de Cambios”

S3-7



4 principios de la venta de una idea

SESION #4: CONOZCA SU POBLACION META

A. Objetivos:

Al finalizar esta actividad, las personas participantes podrán

- Describir a su propia población meta en términos específicos y precisos.
- Explicar 2 ó 3 formas (además de la demográfica) en que una población puede ser segmentada.
- Presentar por lo menos una razón por la cual se realiza una investigación de la población, para planificar con más precisión las actividades que permitan llegar a dicha población.

Actividades	Tiempo	Página
1. Presentación "Definición, Características y Razones de la Segmentación"	15 min.	26 – 28
2. Ejercicio "Yo Conozco a mi Audiencia Tan Bien Que..." S4-H1	30 min.	28
3. Formas de Definir Nuestra Población Meta	25 min.	28 –31
4. Ejemplo de la ONG Gaviota	20 min.	31 a 32
Tiempo total	**1 ½ hora**	

Materiales y preparación anticipada	Página
Retroproyector	
Manuales para participantes: “Modelo Cadena de Cambios”, “Población Meta”, ¿Para qué segmentar la población inicial?”,¿Cuándo NO debemos trabajar con un segmento?”, "Formas de Definir su Población Meta", “Ejemplos ONG Gaviota” S4-1, S4-2, S4-3, S4-4, S4-5, S4-6, S4-7 a S4-14 y Hoja de Trabajo #S4-H1 "Yo Conozco a mi Audiencia Tan Bien Que..."	33 a 48
Acetato de "Población Meta" S4-2	34
Acetatos de "Para qué Segmentar la Población Inicial” S4-3	35
Acetatos de "Ejemplo de la ONG Gaviota" S4-7 a S4-14	39 a 47

B. Notas para el facilitador/a

1. Presentación "Definición, Características y Razones de la Segmentación (15 minutos)

Inicie la sesión colocando el acetato titulado "Modelo de Cadena de Cambios" que muestra el eslabón correspondiente a la población meta (Acetato S4-1) exponiendo ideas como las siguientes:

- Este es el primer eslabón de la Cadena y lea el concepto que señala dicho eslabón.

- Esta es una oportunidad que tendrán los y las participantes de describir con cierto detalle a la población meta que sus programas atienden.

- El punto importante de esta sesión es describir una población meta con bastante detalle y comprender la importancia que tiene:

  a) conocer esa población meta a fondo
  b) los métodos que hay para conocerla
  c) cuándo es necesario segmentarla.

Pregúnteles **¿qué es población meta?** para ellos y ellas. Mientras responden, coloque el acetato denominado "Población Meta" (Acetato S4-2) y lea la definición. A continuación explique que:

- Para seleccionar a la población meta se necesita "segmentar" es decir, dividir en partes o subpoblaciones la población inicial total.

- Se escoge como población meta al segmento que:

  - Tiene mayor riesgo de infectarse y que incluye la mayor cantidad de personas a las que podemos dirigir nuestras acciones de prevención, de acuerdo a la cantidad de recursos que tenemos.

  - Tiene más posibilidades de responder a un mismo estímulo, por ser más homogéneo y tener mayor número de características similares (demográficas, epidemiológicas, conductas actuales, estado de aprestamiento para el cambio de conducta, estilos de vida, beneficios, barreras y otros).

  - Está más dispuesto a cambiar su conducta de riesgo (aprestamiento)

Resuelva la pregunta **¿para qué segmentar la población inicial?** exhibiendo el acetato con ese mismo nombre (Acetato S4-3) y explique que:

- La asignación de recursos está en función del tamaño del segmento escogido, la incidencia y la seriedad del problema; la inhabilidad de la gente de resolver el problema, así como la respuesta que generará en la comunidad; el incremento de los costos y la capacidad de su organización.

Finalice esta presentación mostrando el acetato denominado "Cuándo no Debemos Trabajar con un Segmento" (Acetato S4-4), lea y concluya haciendo notar que:

- Si ellos y ellas se encuentran con una o varias de estas causas en el desarrollo de su trabajo, que se ahorrarán tiempo, esfuerzo y recursos, si desde el inicio identifican correctamente y deciden con cuál segmento de población van a trabajar.

2. Ejercicio "Yo Conozco a mi Audiencia Tan Bien Que..." (30 minutos)

Inicie la actividad dando el nombre del ejercicio a los y las participantes y las instrucciones siguientes:

- Cada uno/a de ustedes tienen una hoja en su manual con este mismo nombre. (Hoja de Trabajo #S4-H1 "Yo Conozco a mi Audiencia Tan Bien Que..."). En ella cada quien escribirá todas las características que tiene la población meta que están atendiendo en su organización. (Dé tiempo para que tengan las hojas en sus manos). Tienen 2 minutos para responder.

Al finalizar el tiempo, pregunte qué persona tiene menos de diez carácterísticas que levanten la mano; quiénes tienen entre diez y más, hasta encontrar a la persona que tiene mayor número.

Pida un aplauso para la persona que tuvo mayor número de características y pídale que las lea y escríbalas usted en el pizarrón. Comente que para algunas personas es fácil describir a su población meta y para otras no. Pida comentarios.

Revise con el grupo entero cuántas de las características leídas son realmente necesarias para tomarlas en cuenta, cuando se está planeando un programa de prevención de VIH/SIDA/ITS.

Diga que cuando pensamos en grupos o categorías de personas que forman nuestra población meta, los describimos en formas muy amplias. Pero existen categorías que han sido descritas claramente en los estudios científicos de cambios de conducta, que nos sirven para guiar la planificación de actividades programáticas, que es lo que veremos a continuación.

Concluya reconociendo la importancia de conocer tan bien a su población meta, ya que eso permite relacionarse con ella mejor y tener mayor capacidad de responder a sus necesidades y expectativas.

3. Maneras de Definir Nuestra Población Meta (25 minutos)

Inicie esta discusión en forma muy breve. Sin anotar las respuestas, pregunte a los y las participantes:

- ¿Por qué queremos conocer bien a nuestra poblacion?

Genere respuestas, tales como:

- Para hacer más fácil la toma de decisiones del programa.
- Para asegurarnos que conocemos cuál es el mejor medio para llegar e influir en los miembros de la población.
- Para ser capaces de segmentar la población inicial y escoger la población meta, con el fin de planificar mejor las actividades, de acuerdo a las características de ella.

- ¿Cómo obtenemos la información sobre la población meta?

.

Genere la respuesta:

- Escuchando a los/as integrantes de nuestra población y **no considerando únicamente las percepciones que nosotros tenemos de ellos/as.**

Comente los aspectos siguientes:

- Con la definición de la población meta, se está dando el primer paso en el modelo de cadena de cambios. Pero se continuará refinando esta descripción cuando se trabajen los otros eslabones de la cadena. Ejemplo, cuando se identifique una conducta individual, se sabrá más de dicha población y se podrá ser más preciso/a al describirla. Cada vez que agregan más información, serán capaces de ser más específicos/as acerca del segmento de la población que están abordando.

- Probablemente en esta sesión han logrado describir con mayor detalle su población meta. Ahora tienen que revisar su población, en términos de identificar la conducta específica que ustedes tienen que promover en esta población para que se prevenga del VIH. Para esto, necesitan tener en mente que:

  - La investigación de la población es crucial
  - Segmentar su población les traerá diversos beneficios

- Es importante mirar el mundo (y especialmente la conducta a promover), desde el punto de vista de la población. Esto no se lleva a cabo cerrando los ojos e imaginando por ejemplo, que son un hombre de la ciudad capital de 25 años con 2 parejas sexuales y un hábito de uso de drogas.

- En lugar de la imaginación, se tiene que hablar con tantos/as miembros de la población meta como sea posible (no solamente con los miembros que ya se han reclutado o quienes han llegado por medio de los programas). Se necesita comprender los beneficios y las barreras a la conducta que se quiere promover, directamente desde el punto de vista de ellos/as. Las cosas que

dicen, aún las palabras que usan, ayudarán a darle forma al tipo de actividad que se planifique, haciéndola más significativa, atractiva y efectiva.

- También en un momento determinado, se necesita aprender de los y las miembros de la población meta, acerca de los beneficios y las barreras que encuentran para hacer o dejar de hacer la conducta deseada y que tienen que ver con las actividades que se están planificando. De esa manera, se pueden diseñar actividades que harán más fácil que ellos y ellas lleguen a los talleres de sexo más seguro, o que pongan atención a las cuñas de radio, o que lleguen a las clínicas para orientación y pruebas de VIH y otras actividades que se diseñen.

- Toda la investigación de población que se hace para desarrollar actividades y materiales educativos efectivos, es lo que se llama *investigación formativa .* O sea que la investigación formativa es la investigación que ayuda a "formar" actividades.

- Es tentador pensar que nosotros conocemos nuestra población meta tan bien que podemos ver las cosas desde su punto de vista. Pero una y otra vez los planificadores/as de programas se han sorprendido por los hallazgos de la investigación. La única manera de tomar decisiones que estén en sintonía con la población meta, es llevar a cabo una investigación directamente con esta misma población, antes de iniciar o ejecutar cualquier intervención.

- Hay diferentes posibilidades de hacer una investigación: se puede realizar una encuesta breve; hacer una investigación de grupos de enfoque; pasar un cuestionario piloto a un programa con cuestionarios pre y post; obtener información en los formularios de ingreso. También se quieren probar ideas o materiales con la población meta en diferentes etapas de su elaboración. Por ejemplo, tener retroalimentación de la población durante el desarrollo de conceptos; el pretest de borradores de textos o audiovisuales; en las sesiones piloto de entrenamiento y otros.

Ahora, refiera a los y las participantes a la hoja en el manual titulada "Forma de Definir su Audiencia o Población Meta" (Acetatos S4-5 y S4-6) y explique:

- En esta página hay 7 categorías de descriptores que los planificadores/as de programas han encontrado útiles para definir las poblaciones para los programas de VIH. Léalas.

Revise el siguiente acetato y hágales notar que la mayoría estamos acostumbrados/as a definir nuestras poblaciones meta, por medio de criterios epidemiológicos o demográficos que son las primeras 2 categorías, pero que existen otros criterios que conviene tomar en cuenta en el caso de Cadena de Cambios.

Pida algunos ejemplos de descripciones de poblaciones que usen una de las siete categorías en el acetato. Ejemplos:

- ¿Cómo definirían una población meta por las conductas actuales de sus miembros? ¿Cómo puede serles útil esta categoría?

- ¿Pueden ustedes pensar en algunas maneras en que al definir y segmentar una población por estado de aprestamiento o preparación se pueda hacer la planeación de las actividades más eficientes y efectivas? ¿Cómo puede serles útil esta categoría?

- Como sus actividades tratan de sacar el mayor provecho de los beneficios y hacer mínimas las barreras, algunas veces puede ser útil describir o segmentar la población en términos de beneficios y barreras. ¿Cómo podría esta quinta categoría de descriptores serles útil?

- Los tipos de personalidad o motivadores psicológicos son descriptores que identifican los tipos de personalidad o las motivaciones psicológicas compartidas en un grupo, para comportarse de cierta manera o llevar a cabo cierta conducta. Traten de identificar algunos motivadores psicológicos de este tipo.

- Los descriptores de estilo de vida ayudan a identificar algunos de los puntos de acceso para poder llegar a las poblaciones.

Pregunte si estas categorías son claras y comprensibles. Esté preparado/a para responder preguntas.

Concluya, indicando que a continuación se presentará el ejemplo de la ONG Gaviota, en donde se aplicarán estos descriptores para ayudar a definir mejor su población meta.

3. Ejemplo de la ONG Gaviota

Muestre el acetato denominado “Aplicación de la Investigación para Definir la Población Meta de la ONG Gaviota" (Acetato S4-7) y describa que:

- Este es el proceso que Gaviota siguió con su estudio, partiendo del universo de la población, hasta llegar a la selección de su población final de hombres sexualmente activos entre 20 y 24 años de edad, que están dispuestos a usar el condón en cada una de sus relaciones sexuales penetrativas.

- Tenían un universo de jóvenes de ambos sexos entre 15 y 24 años de edad y que con la segmentación que realizaron por sexo, edad, actividad sexual e intención de usar condones en sus relaciones sexuales penetrativas futuras, llegaron a una descripción más detallada de la misma.

Complemente su presentación con la exposición de las gráficas que muestran las segmentaciones por las variables mencionadas (Acetatos S4-8 al S4-12) y pida comentarios.

Finalice su presentación mostrando los acetatos de la población meta que describió Gaviota antes del estudio (Acetato S4-13) y la final, después del estudio (Acetato S4-14) .

Haga un resumen de la sesión:

- La segmentación de la población es importante porque permite asegurarse que se está llegando al mayor número de miembros de una población que podemos con las intervenciones o actividades más precisas.

- Las decisiones sobre la segmentación de la población deben ser tomadas en las distintas etapas del modelo de cadena de cambios. Se puede ver que las decisiones que se han tomado sobre la conducta a promover, permitirán definir los segmentos de la población con mayor precisión.

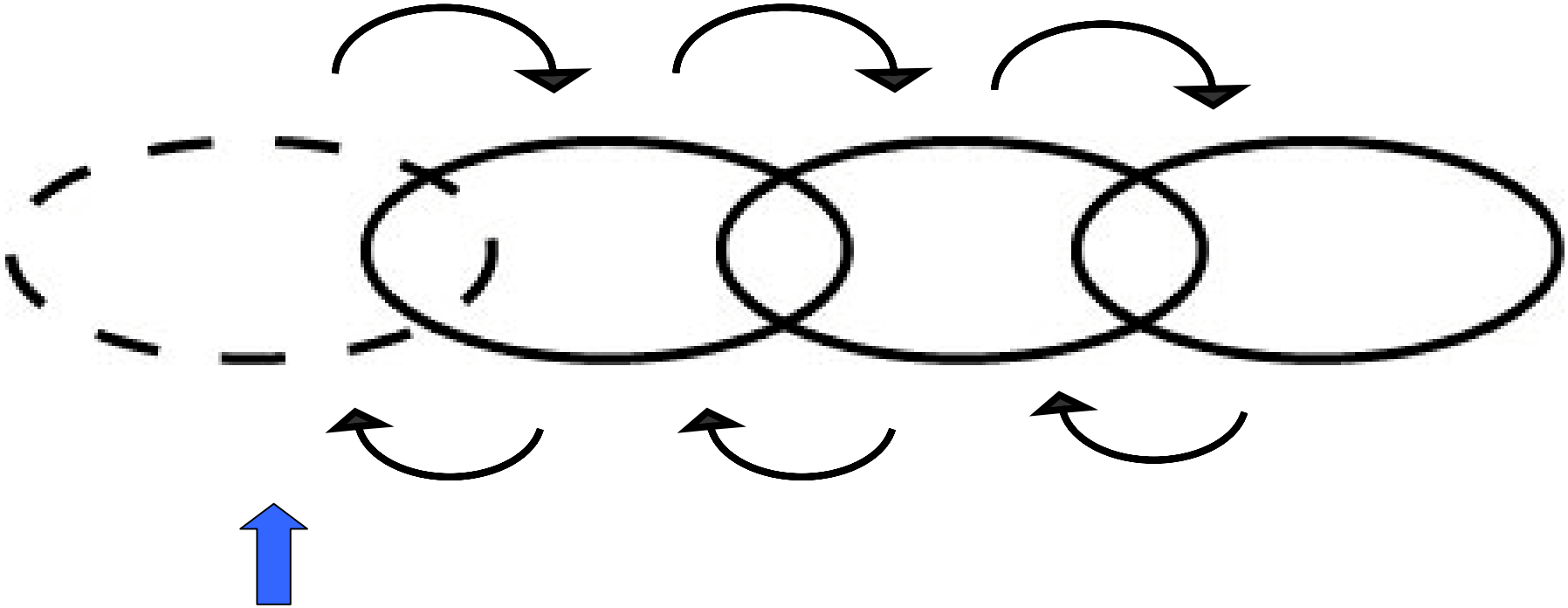
- El Modelo de Cadena de Cambios es repetitivo. Aún cuando al implementarlo uno/a se va moviendo en el modelo de izquierda a derecha, se querrá ir refinando cada descripción, mientras se va tomando la decisión siguiente (se mueve de derecha a izquierda).

- La única manera de elaborar un perfil de la población a la que nos vamos a dirigir, es hablar directamente con miembros de dicha población meta, aún en formas muy sencillas.

- En la sesión anterior vimos la importancia de conocer a nuestra población y su punto de vista, cuando les queremos "vender" ideas. Esta sesión nos ha creado la habilidad para describir una población con bastante detalle y por lo tanto, enseñarnos a comprender "de dónde viene", para poder entonces planificar actividades (intervenciones) que respondan a lo que buscamos (conducta que queremos promover).

Modelo Cadena de Cambios

S4-1



Población Meta *en la cual nos enfocaremos y llegaremos a conocer profundamente*

Población Meta

S4-2

Es una parte ó segmento de su población inicial, a la cual va dirigido el programa.

¿ Qué segmento escoger para que sea nuestra población meta ?

1. El mayor número de miembros de la población meta que podemos abordar.

2. El más homógeneo. Qué tiene mayor cantidad de características similares (demográficas, epidemiológicas, beneficios, barreras, etc.) para responder a un mismo estímulo.

3. El grupo que está más dispuesto a cambiar su conducta (aprestamiento).

¿Para qué segmentar la población inicial?

S4-3

1. Ser más eficientes en la asignación de recursos.

2. Ser más eficaces a través del desarrollo de estrategias diseñadas especifícamente para las necesidades del grupo seleccionado (población meta).

¿Cuándo NO debemos trabajar con un segmento?

S4-4

- **El grupo es demasiado pequeño**
- **La incidencia del problema es demasiado baja**
- **El grupo sabe cómo defenderse del problema y lo hace muy bien**
- **Es imposible abordar este grupo**
- **Este grupo no reaccionará a lo que su programa puede ofrecer**
- **No cuenta usted con los recursos necesarios**

FORMAS DE DEFINIR SU AUDIENCIA O POBLACION META
Categorías para definir su población meta
S4-5

- Epidemiología
- Demografía
- Conductas actuales
- Estado de aprestamiento para el cambio de conducta
- Beneficios y barreras
- Estilo de vida
- Tipos de personalidad o motivadores psicológicos

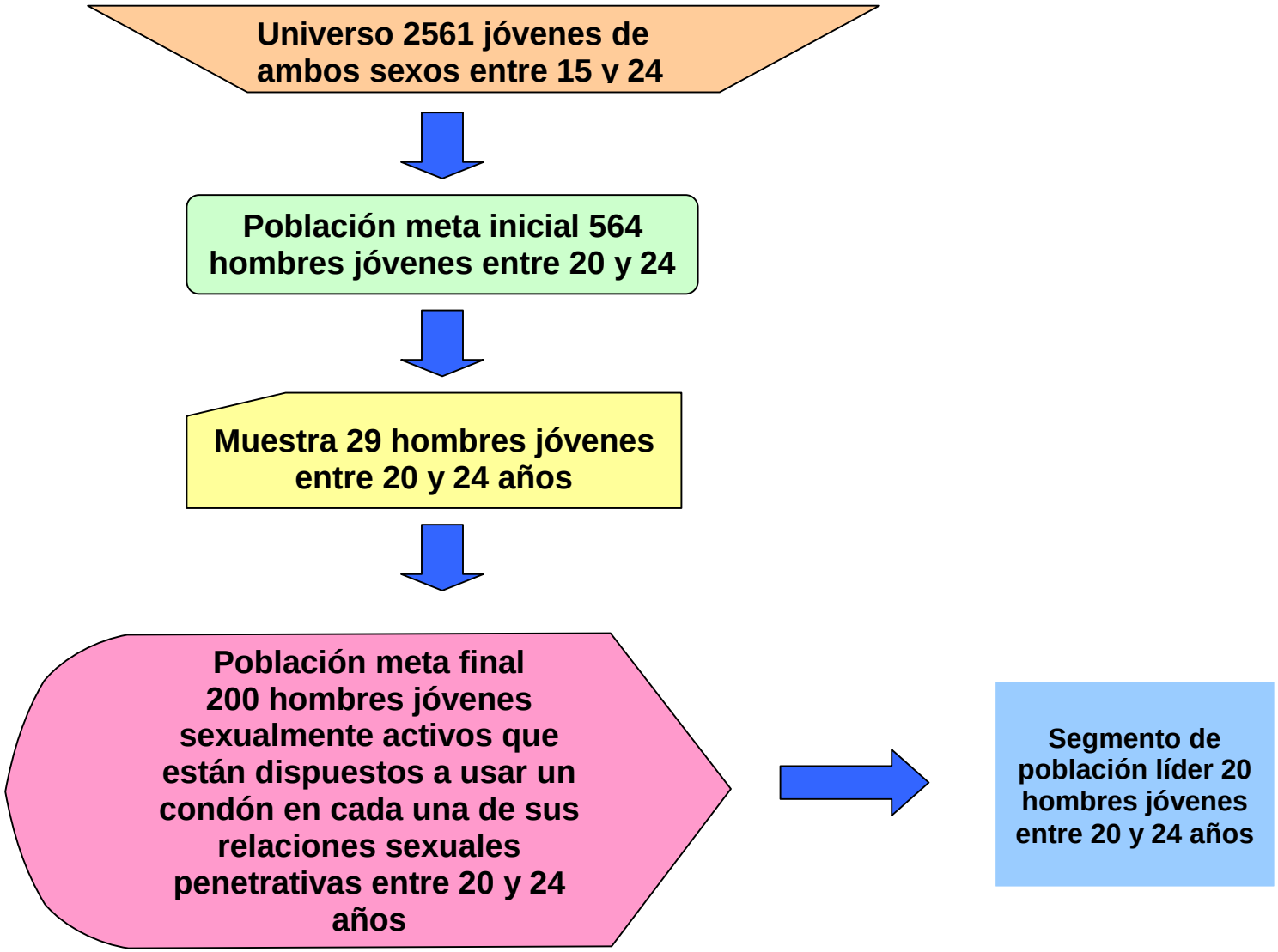
FORMAS DE DEFINIR SU AUDIENCIA O POBLACIÓN META

S4-6

- **Epidemiología**
  - El grupo con la más alta seroprevalencia del VIH
  - El grupo en el cual la incidencia del VIH está aumentando con más rapidez
- **Demografía**
  - Una edad específica
  - Hombres o mujeres
  - Grupo o grupos específicos étnicos/racial
  - Un área geográfica específica de residencia o un nivel socioeconómico o un nivel educativo
- **Conductas actuales**
  - Aquellos/as que aún no son sexualmente activos/as
  - Aquellos/as que son sexualmente activos/as y están en riesgo por su conducta sexual (por tener múltiples parejas, por el uso inconsistente del condón)
  - Heterosexuales (hombres y mujeres)
  - Hombres que tienen sexo con otros hombres (ya sea que se identifiquen como gay o no,bisexuales)
  - Mujeres que han tenido sexo con mujeres
  - Aquellos/as que no usan condones con sus parejas familiares o regulares
  - Cuyas parejas sexuales son usuarios/as de drogas inyectables
  - Que comparten agujas
- **Estado de aprestamiento para el cambio de conducta**
  - Aquellos/as que no tienen consciencia de sus conductas de riesgo
  - Aquellos/as que tienen consciencia de sus conductas de riesgo
  - Que reconocen una solución - o una conducta alternativa-
  - Que están pensando probar una nueva conducta
  - Que están intentando probar esa nueva conducta
  - Que están probando la nueva conducta
  - Que están comprometidos/as a mantener tal conducta
- **Beneficios y barreras**
  - Aquellos/as cuya conducta está influida por un beneficio comúnmente percibido
  - Cuya conducta está influida por una barrera comúnmente percibida
  - Están influidos por normas sociales similares
- **Tipos de personalidad o motivadores psicológicos**
  - Aquellos/as que son “innovadores/as dispuestos/as, a arriesgarse, dispuestos/as a experimentar nuevas conductas
  - Aquellos/as que tienden a “seguir a la mayoría”
  - Tienen esperanzas o imágenes similares de si mismos/as para su futuro
  - Tienen miedos o preocupaciones parecidas sobre sus vidas
- **Estilos de Vida**
  - Aquellos/as que disfrutan las mismas clases de entrenamiento
  - Obtiene su información principal de canales similares

APLICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN PARA DEFINIR LA POBLACIÓN META DE LA ONG GAVIOTA

S4-7



NOTAS PARA EL FACILITADOR/A

APLICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN PARA DEFINIR LA POBLACIÓN META DE LA ONG GAVIOTA

Universo 2561 --Esta cantidad representa el total de jóvenes de ambos sexos entre 15 a 24 años que tiene la Colonia Flor del Campo, según censos de población efectuados por Gaviota y el Centro de Salud

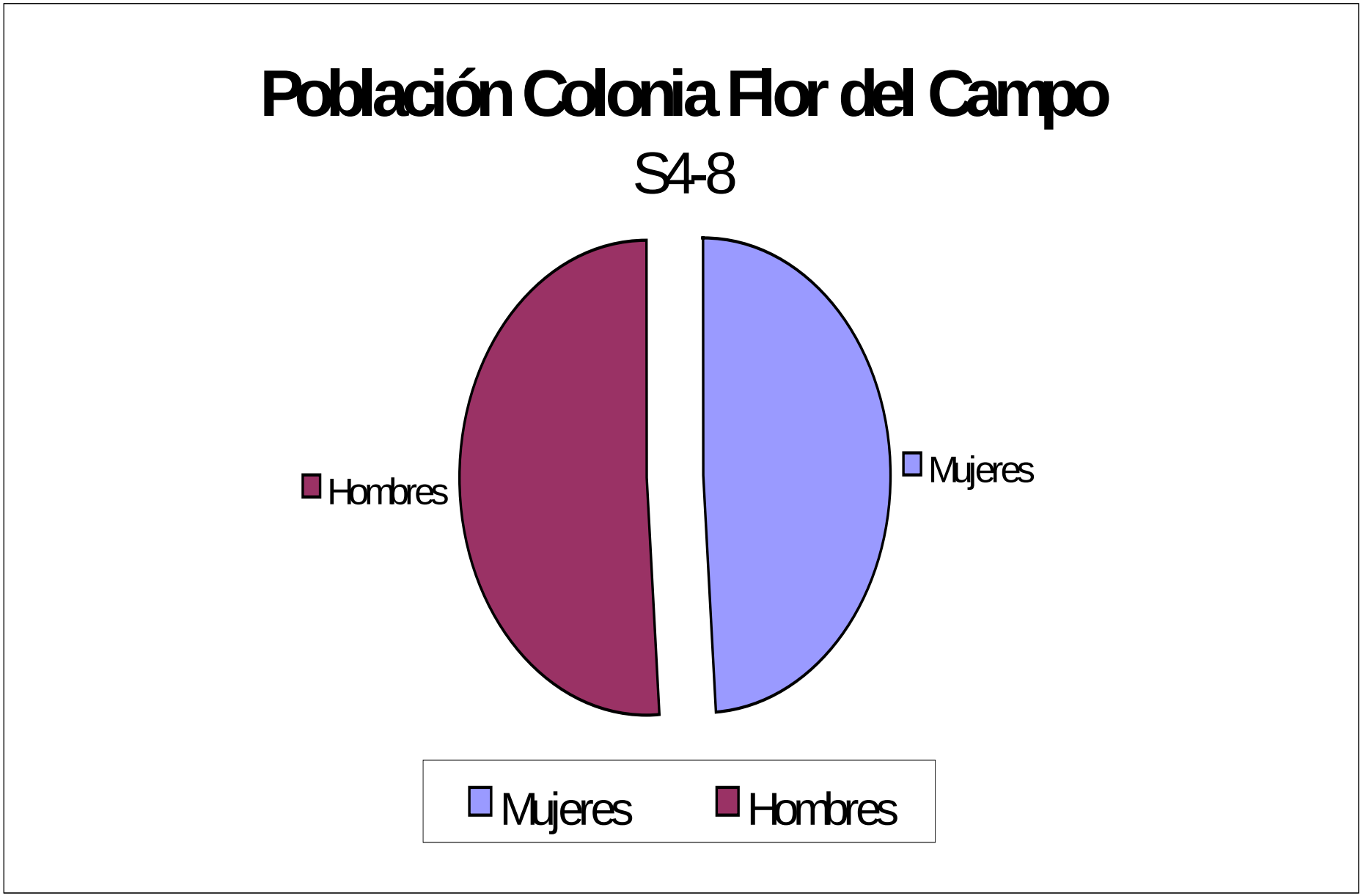
Población meta inicial 564--Al planificar el estudio se consideraron grupos de jóvenes según edad y sexo: a) hombres de 15 a 19 y de 20 a 24 años, b) mujeres de 15 a 19 y de 20 a 24 años. Esta población meta inicial corresponde al No. de hombres jóvenes que tiene la colonia entre 20 y 24 años

Muestra 29--Este número de jóvenes corresponde a los hombres jóvenes encuestados entre 20 a 24 años durante el estudio.

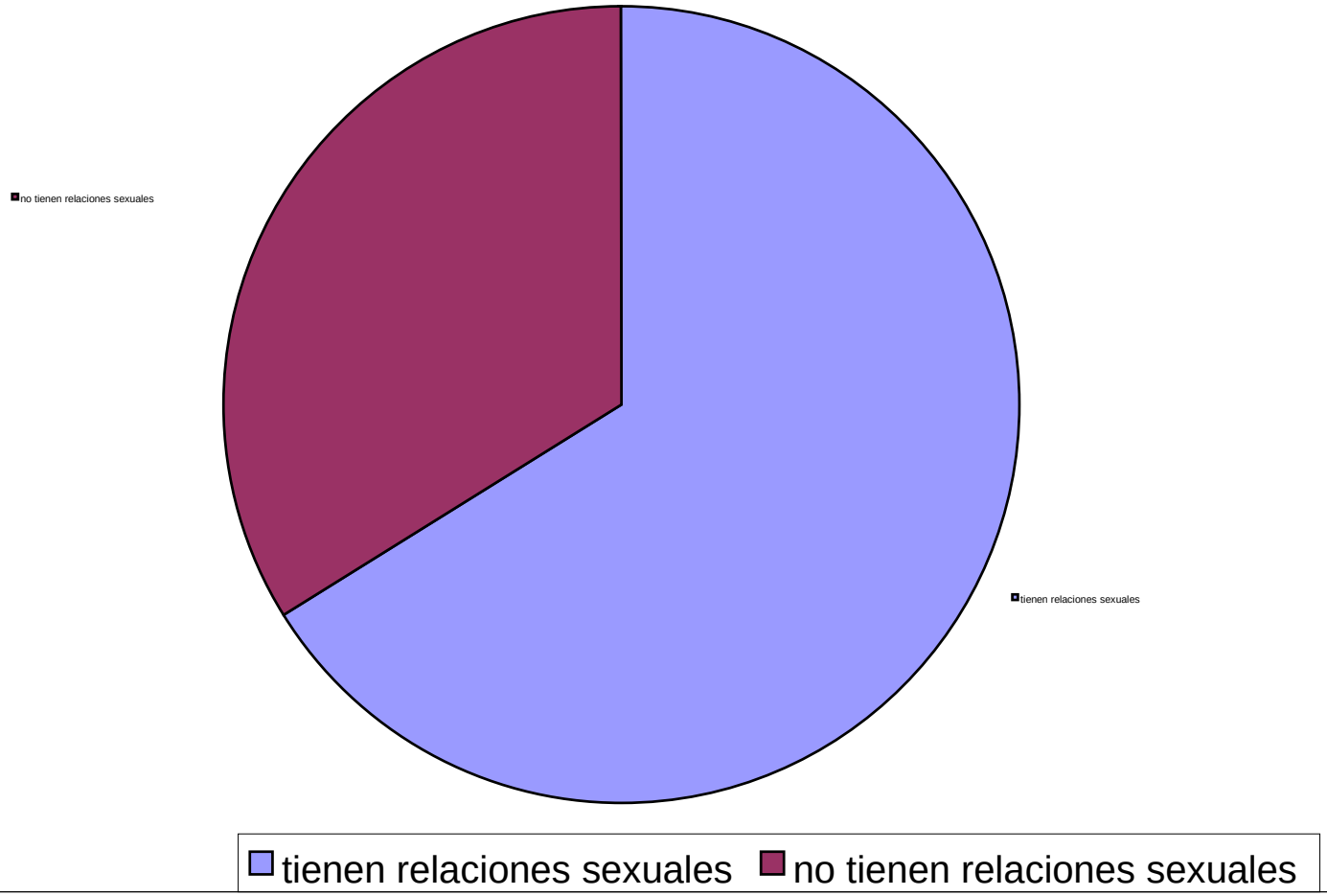
Población meta final 200-- Esta cantidad de hombres jóvenes, corresponde a un segmento de la población meta inicial (564), que tienen las caracteristicas de segmentación, según variables de aprestamiento y conductas actuales

20 jóvenes-- Este es el segmento de jóvenes que cumple con las variables aplicadas a la segmentación para ser capacitados como pares

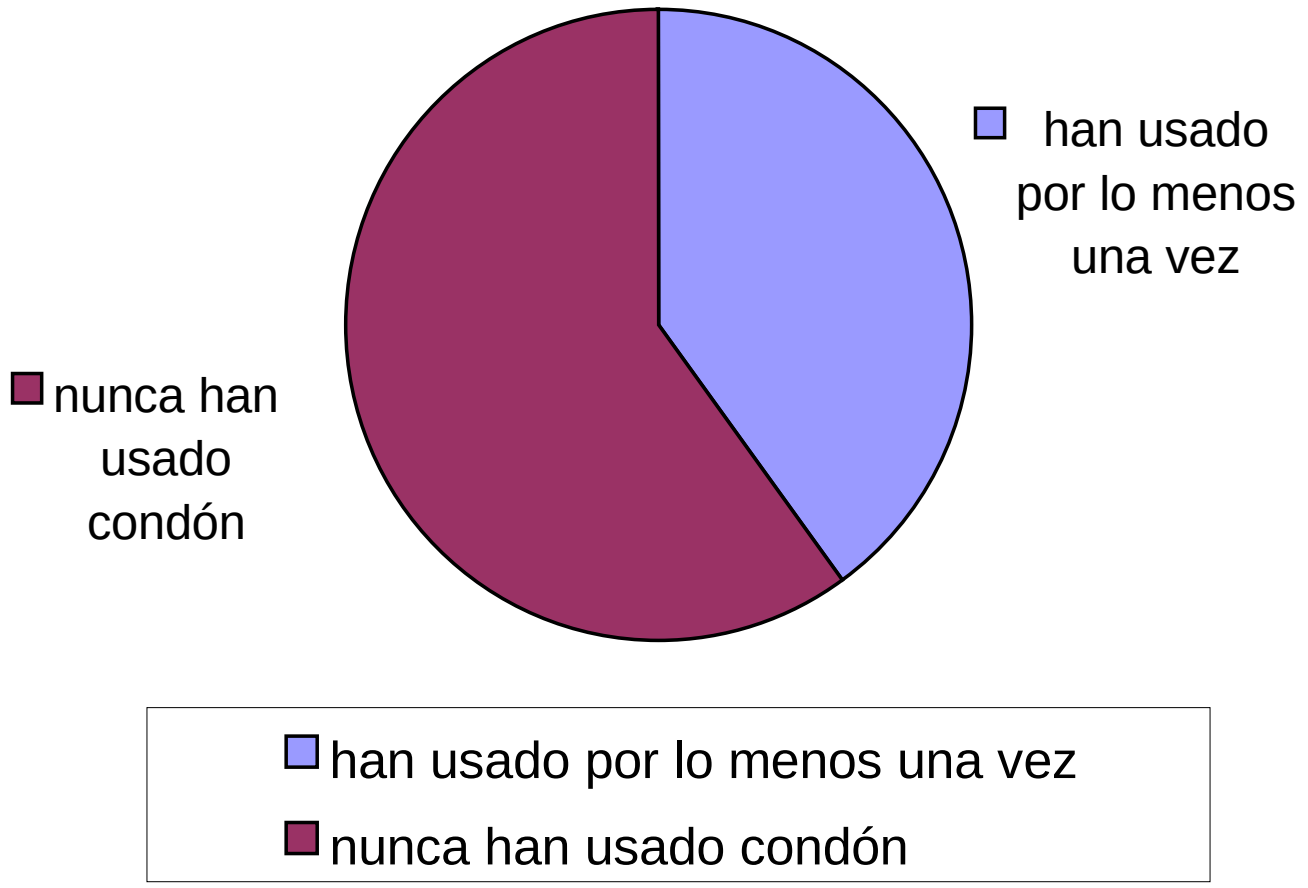
Población Colonia Flor del Campo



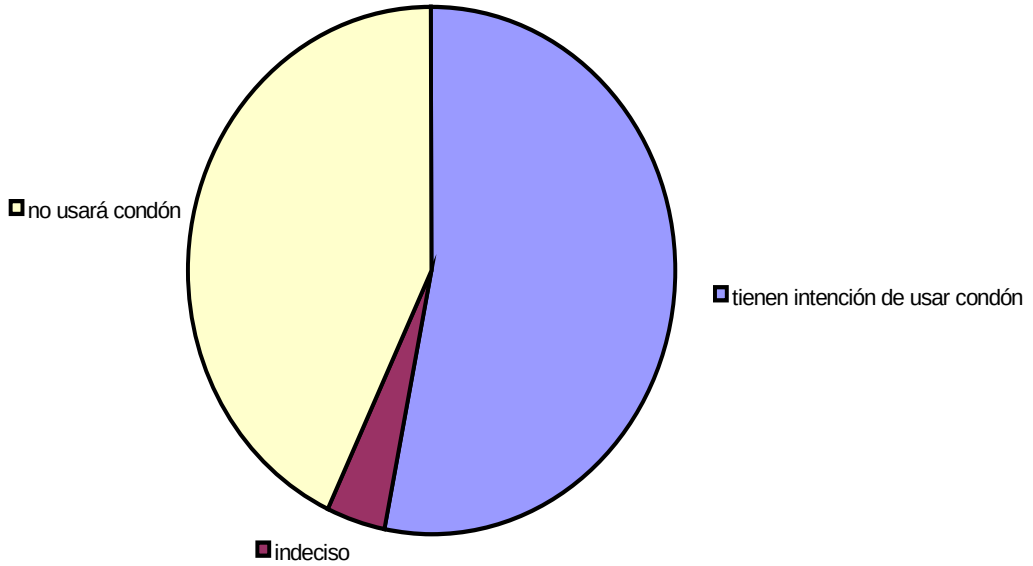
Jóvenes de ambos sexos de 15 a 24 años según actividad sexual S4-9



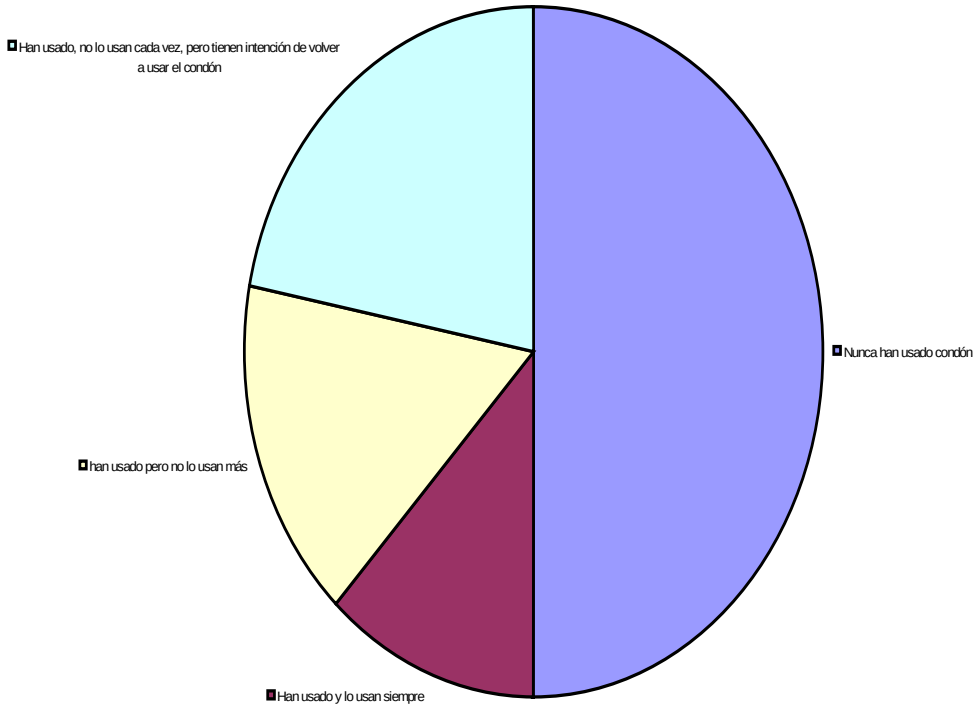
Hombres jóvenes de 15 a 24 años sexualmente activos según el uso de condón S4-10



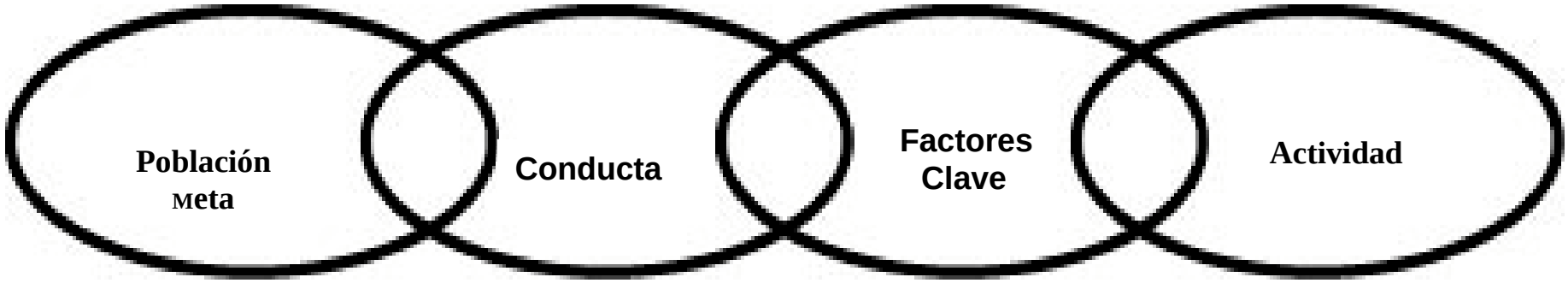
Hombres jóvenes de 15 a 24 años sexualmente activos que tienen intención de usar condón en sus relaciones sexuales futuras S4-11



Hombres jóvenes de 15 a 24 años que han usado por lo menos una vez y tienen intención de usarlo S4-12

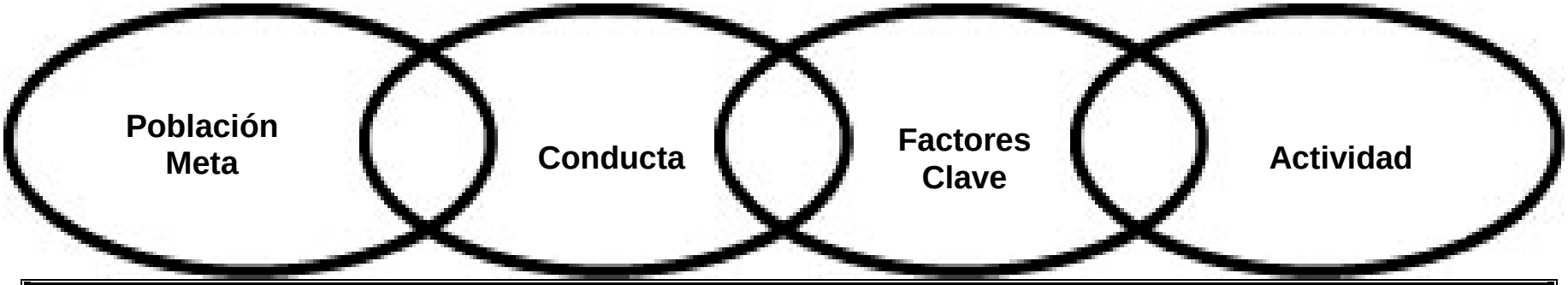


Población Meta Hipotética de la ONG Gaviota (antes del estudio) S4-13



¿ Quién ?	¿ Qué ?	Verbo + Factor	Actividad
Para ayudar a: Hombres jóvenes de 15 a 24 años, que tienen intención de usar el condón.			

Población Meta Final de la ONG Gaviota (después del estudio) S4-14



¿ Quién ?	¿ Qué ?	Verbo + Factor	Actividad
Hombres jóvenes de 20 a 24 años, sexualmente activos, que alguna vez han usado condón y tienen intención de continuar usándolo			

Hoja de Trabajo S4-H1

Ejercicio

Yo conozco a mi población meta tan bien, que la puedo describir de_____diferentes maneras.

*

*

*

*

*

*

*

*

*

*

*

*

*

*

*

SESION #5: IDENTIFICANDO LAS CONDUCTAS

A. Objetivos:

Al finalizar esta actividad, las personas participantes podrán

- Decir por qué es importante centrarse en la conducta y no en la información en los programas de prevención de VIH/SIDA/ITS.
- Identificar una conducta específica que previene el VIH para su programa.

Actividades	Tiempo	Página
1. Presentación del eslabón de la cadena	5 min.	49
2.Ejercicio "Identificando Conocimientos, Actitudes y Habilidades"	20 min.	50 – 51
3.Presentación sobre tipos de conductas	25 min.	51 – 53
4.Ejercicio "Aprendiendo a Identificar Conductas"	30 min.	53 – 54
5.Ejemplo de la ONG Gaviota	20 min.	54
Tiempo total	**1 hora 40 min.**	

Materiales y preparación anticipada	Página
Retroproyector	
Manuales para participantes: “Modelo Cadena de Cambios”, “Definiciones”, “Tipos de Conducta”, “¿Qué es una conducta específica?”, “Ejemplos ONG Gaviota”, S5-1, S5-2, S5-3, S5-4, S5-5 al S5-9 y Hoja de Trabajo S5-H1 "Aprendiendo a Identificar Conductas"	55 y 65
Acetato de "Un Modelo de Cadena de Cambios para el Programa" (Acetato S5-1)	55
Acetatos de "Definiciones de Conducta"(Acetato S5-2), "Tipos de Conducta"(Acetatos S5-3 y S5-4)	56 a 58
Acetatos de "Ejemplo de la ONG Gaviota" (Acetatos S5-5 a S5-9)	59 a 63

B. Notas para el facilitador/a

1. Presentación del eslabón de la cadena (5 minutos)

Inicie la sesión colocando el acetato titulado "Modelo de Cadena de Cambios" que muestra el eslabón correspondiente a la conducta (Acetato S5-1) exponiendo los objetivos de la sesión y relacionando este eslabón con el de población meta para que se ubiquen. Indique que es el segundo eslabón de la cadena y defínalo con el concepto del acetato.

2. Ejercicio "Identificando Conocimientos, Actitudes y Habilidades" (20 minutos)

Realice un ejercicio de revisión de conocimientos, actitudes y habilidades, usando una plenaria seguida de una dramatización. O bien puede trabajarlo en grupos pequeños con presentación de conclusiones al final.

Si decide la opción de la plenaria, haga las primeras dos preguntas a continuación y anote en un papelógrafo o en la pizarra las respuestas.

1. ¿Cuáles son las formas de transmisión de VIH que conocen las personas con que ustedes trabajan? (conocimientos)

2. ¿Consideran ustedes que los y las adolescentes deben recibir educación sexual?. ¿ Por qué? (actitudes)

Seleccione dos personas voluntarias y explíqueles, por separado, lo que van hacer: Preparar una dramatización **dé 5 minutos,** en la que una pareja quiere tener relaciones sexuales penetrativas y negocian el uso del condón. (habilidades).

NOTA: Puede solicitar esta dramatización antes de la sesión para agilizar el tiempo de preparación por parte de las personas voluntarias.

Después de la dramatización, cierre el ejercicio solicitando al grupo que identifique los conocimientos, actitudes y destrezas presentados y con las siguientes ideas:

- Al principio los programas en la región creíamos que con sólo dar información a la gente, ésta aprendía y cambiaba sus hábitos y su comportamiento. Pero las teorías sobre el aprendizaje (modificación de conducta) y la investigación, nos han enseñado que la gente también necesita revisar las actitudes personales, sus valores y creencias. Más recientemente, nos hemos dado cuenta que también necesitan desarrollar sus habilidades.

- La gente necesita algo más que información, porque la conducta se ve influída también por las actitudes positivas o negativas que tenemos, los valores morales, las creencias, las habilidades y otras actitudes específicas como alta o baja percepción de riesgo, así como las consecuencias que percibimos de nuestros actos.

- La educación para la prevención del VIH en centroamérica ha ido progresando con el tiempo así:

    - Conocimientos e información, (programas centrados en información)
    - Actitudes y valores morales (se agregó la revisión de actitudes personales)

- Desarrollo de destrezas (se reconoció que es importante también enseñar a "hacer")
- Conductas específicas (recientemente, necesitamos además centrarnos en la conducta)

Los programas no han sido malos, han evolucionado, ahora están más avanzados pues incluyen el trabajo en otras áreas además del incremento de conocimientos, con lo cual pueden ser más efectivos.

3. Presentación sobre tipos de conductas (25 minutos)

INFORMACION DE APOYO PARA EL FACILITADOR/A

- Muchos planificadores/as de programas se han resistido a la idea de identificar una conducta específica como el enfoque de sus programas. Los facilitadores/as deben ser sensibles a esta posible resistencia. Sea creativo/a para ayudar a los y las participantes a desarrollar argumentos a favor de enfocarse en una sola conducta. Tenga en mente que los/as participantes pueden quedarse atrapados en alguna conducta intermedia, en una actitud, o en algún factor clave que ellos/as estén directamente abordando.

- Ayúdeles a definir y dirigir su discusión hacia una conducta que prevendría o reduciría grandemente la transmisión del VIH si fuera considerada una conducta meta del programa. Acláreles que para las actividades de prevención del VIH/SIDA/ITS, la conducta meta debiera ser siempre una conducta objetiva o específica que previene la infección.

- Ayude a que sus participantes entiendan que este modelo es una herramienta que contribuye a lo que ya están haciendo, no es un modelo que reemplazará otros procesos de planificación. Encontrarán que el modelo de cadena de cambios trabaja muy bien en ciertos casos, pero que en otros casos, el modelo no es útil porque se necesita forzar demasiado.

- El propósito de solicitar que sus participantes identifiquen una **conducta específica y única**, tiene el propósito de ayudarles a analizar cada conducta individualmente. Es un paso importante porque sin él no podríamos llegar a las siguientes categorías en forma clara y sobretodo, porque nos permite medir, en última instancia, si estamos logrando la meta programática.

- Se ha encontrado que muchos programas de prevención de VIH/SIDA/ITS se pueden beneficiar del enfoque que proporciona el identificar una conducta específica como meta. Sin embargo, se reconoce que algunos tipos de programas realmente deben de abordar múltiples conductas. Por ejemplo, la mayor parte de la orientación o consejería, está diseñada para ayudar a las personas o clientes, en la "evaluación" de sus opciones y en que puedan tomar una decisión informada acerca del mejor curso de acción. De todos modos, los planificadores/as de programas pueden beneficiarse de realizar análisis

separados (varias cadenas de cambio) de cada una de las posibles conductas de su población meta. La selección de una conducta única para los estudios del caso en este taller, ayuda a los y las participantes a aprender a analizar una conducta particular de su población meta.

- Muchas veces, los y las participantes usan los términos "conducta" y "mensaje" indistintamente. Los facilitadores/as, deben estar alerta y recordarles que los mensajes son distintos de la conducta meta.

- Finalmente, ayude a las personas asistentes al taller a comprender también que el Modelo de Cadena de Cambios puede ser aplicado a muchos temas y que pueden usar la misma orientación para identificar una conducta para cualquier clase de actividad o intervención.

Inicie esta presentación comentando:

- Algunos planificadores/as de programas se resisten a enfocar sus programas en una conducta única en lugar de las que ellos/as están tratando de promover. ¿Por qué piensan que sucede esto?

Busque o genere respuestas tales como: "por creer en el libre albedrío" , "porque no quieren ser muy directivos/as en el programa", "por saber que al final son los propios individuos los que toman sus propias decisiones", o "porque les gusta dar a su público un "menú de opciones".

- Aún así, explique que los objetivos del proyecto pueden verse felizmente alcanzados, cuando desde el principio del proyecto se establece una meta clara en forma de una conducta que previene la transmisión el VIH.

- Algunas veces, se abordan temas durante las actividades programáticas que aparentemente, tienen poco que ver con la conducta final que se busca promover dentro de la población meta. Pero esa conducta es con frecuencia, la razón final por la que estamos trabajando. Por ejemplo, trabajar para aumentar el acceso a los condones. La razón final para trabajar en el acceso a los condones es para ayudar a la población meta a llevar a cabo una conducta que les proteja directamente del VIH: usar condones en cada relación sexual penetrativa.

- En algunas actividades se termina promoviendo más de una conducta. En este caso, es esencial examinar cada conducta preventiva por sí misma (hacer una cadena de cambios por cada una), para realmente comprender los factores que motivan a las personas a adoptar tal conducta en particular.

- Es importante tener en mente que la meta última de los programas en que trabajamos es la prevención del VIH/SIDA/ITS y que para lograrlo tenemos que conocer y entender a fondo cómo se logra que las personas cambien una

conducta. Por lo tanto, es importante basarse en experiencias personales, pero también en estudios e investigaciones que han examinado de cerca qué hace que una persona se comporte de una manera o de otra.

A continuación explique las definiciones de conducta y tipos de conducta con los acetatos S5-2 al S5-4. Ponga ejemplos de conducta vaga, antecedente y específica, tales como:

- Comer bien (vaga)
- La próxima vez que vaya al mercado, compraré más frutas y vegetales (antecedente)
- Comer cinco porciones de fruta y vegetales diariamente (específica)
- Inscribirse en una clase de aeróbicos (vaga)
- Tener una actitud positiva con respecto al ejercicio (antecedente)
- Hacer ejercicio tres veces a la semana, 45 minutos cada vez (específica)

4. Ejercicio "Aprendiendo a Identificar Conductas" (30 minutos)

Inicie el ejercicio pidiendo a los y las participantes que busquen en sus manuales la Hoja de Trabajo S5-H1 con el nombre del ejercicio y lea las instrucciones. **Déles 15 minutos** máximo para responder.

Después que hayan resuelto la hoja de trabajo, resuelva las preguntas rápidamente y concluya enfatizando que:

- Las "conductas antecedentes" no son "conductas últimas" que protegen contra el VIH. Más bien, estas conductas son importantes únicamente porque creemos (o tenemos evidencias) que *llevarán* a conductas que evitan el VIH. En la planeación de programas, estas conductas son importantes como "antecedentes" a la "conducta última".

- El VIH, a diferencia de muchas otras infecciones es transmitido (y puede ser prevenido) únicamente a través de lo que la gente hace, por medio de sus acciones personales. Nos referimos a estas acciones como "conductas".

- La mayoría de programas de prevención del VIH están dirigidos a influir sobre la conducta, aún cuando eso esté explícitamente declarado o no.

- No podemos ordenar, hacer cumplir, u observar la mayoría de las conductas que afectan la transmisión del VIH, por lo que actuamos sobre los factores que podrían influir sobre estas conductas.

- Los programas de prevención pueden tomar una orientación de sistemas (trabajando con el Modelo de Cadena de Cambios en las políticas o en las instituciones), pero estos programas también son hechos para facilitar las

conductas. Cambiar una política permite por ejemplo, el que los condones estén disponibles en el país y que en última instancia, el que quiera comprar condones, lo pueda hacer.

Concluya haciendo notar la importancia de enfocar los esfuerzos en una conducta única. Esto es especialmente cierto cuando los mensajes son enviados a través de los medios de comunicación social o de otra forma no individualizada.

- La ciencia de la conducta puede ser aplicada a muchos temas, incluyendo la salud, la nutrición, el fumar, el manejar el carro con seguridad, el ambiente y otros. Naturalmente, las conductas identificadas para estas áreas se relacionarán a la meta de mejorar la salud o mejorar el bienestar social o individual en esa área.

- La identificación de la conducta que uno/a quiere promover es siempre beneficioso para el diseño del programa, no importa cuál sea el tema.

5. Ejemplo del la ONG Gaviota (20 minutos)

Inicie esta actividad colocando el Acetato S5-5 titulado "Cadena de Cambios Hipotética de la ONG Gaviota" y diga:

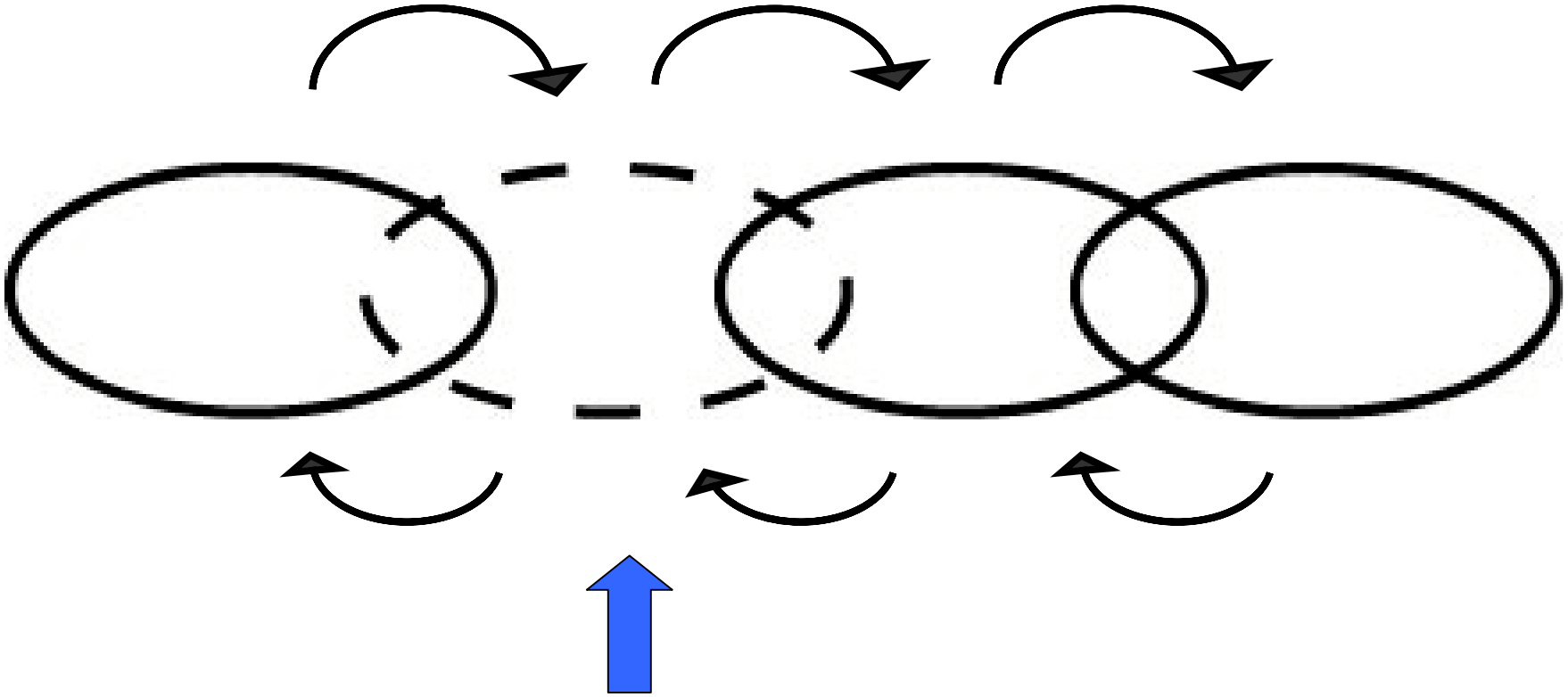
- Antes de desarrollar la investigación, Gaviota asumió esta información para elaborar los eslabones de población meta y conducta.

Luego presente los Acetatos S5-6, S5-7, S5-8, que son resultados de la investigación que realizó la ONG Gaviota.

Finalice colocando el Acetato S5-9 titulado "Cadena de Cambio Final de la ONG Gaviota" y diga:

- Con los resultados de la investigación se pudo definir y segmentar la población meta e identificar una conducta específica a promover.

Modelo Cadena de Cambios
S5-1



Conducta específica *que lo protege a uno/a del VIH*

Definiciones
S5-2

Conducta:

Gobierno, mando, guía, dirección, parte o manera con que los seres humanos gobiernan su vida y dirigen sus acciones. (Real Academia Española)

La conducta es el espejo en el que cada una/o refleja su imagen (Goethe).

Es una acción específica y que puede ser medida, (Manual de Cadena de Cambios).

Tipos de Conducta

S5-3

***Conducta VAGA*:**

Aquel comportamiento que no puede ser utilizado para guiar el diseño de un programa debido a que su impacto no se puede medir

***Conducta ANTECEDENTE*:**

Un comportamiento que nos prepara o ayuda a llegar a la conducta preventiva, pero que por sí solo no tiene un impacto sobre la salud

***Conducta ESPECIFICA*:**

Aquella que directamente previene la infección.

¿ Qué es una conducta específica?

S5-4

Es**:**

La conducta que directamente previene la infección

Pero NO es**:**

Una conducta VAGA

Una conducta ANTECEDENTE

Cadena de Cambios Hipotética de GAVIOTA
S5-5

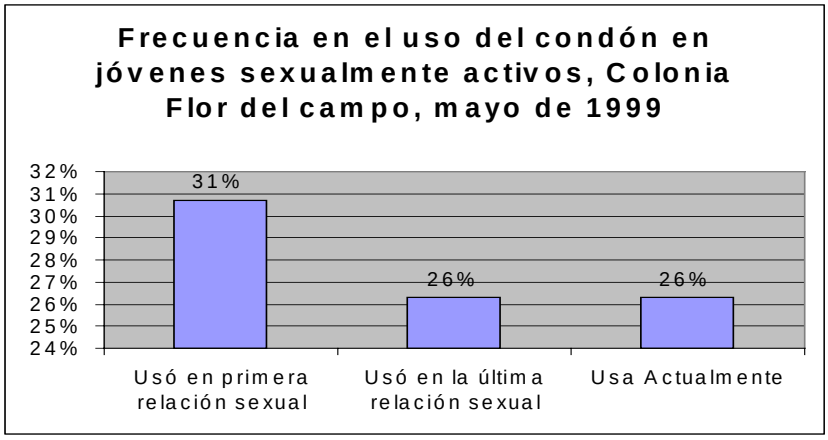
Población Primaria

¿Quién?	¿Qué?
Hombres jóvenes de 15 a 24 años que tienen intención de usar el CONDON	Que los jóvenes usen el CONDON en toda relación sexual (incluyendo su pareja estable)

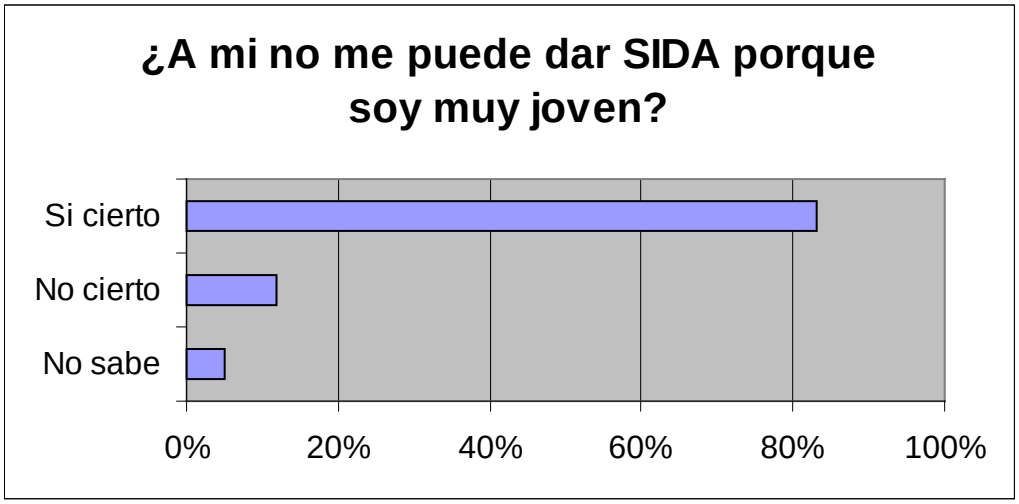
PROMEDIO EN CONOCIMIENTO SOBRE USO DEL CONDON S5-6

Preguntas	Correcto	Incorrecto
¿Es usar vaselina una buena manera de lubricar un condón? = **Falso**	**44.00%**	**56.00%**
¿Debe estar el pene duro para ponerse el condón en él? = **Verdadero**	**82.00%**	**18.00%**
¿El condón debe estar completamente desenrrollado antes de colocarlo en el pene? = **Falso**	**46.00%**	**53.00%**
¿Debe dejarse algo de aire en la punta del condón? = **Falso**	**44.00%**	**55.00%**
¿Se debe colocar el condón antes de una penetración? = **Verdadero**	**87.00%**	**12.00%**
Promedio en conocimiento del uso del condón	**60.00%**	**39.00%**

S5-7



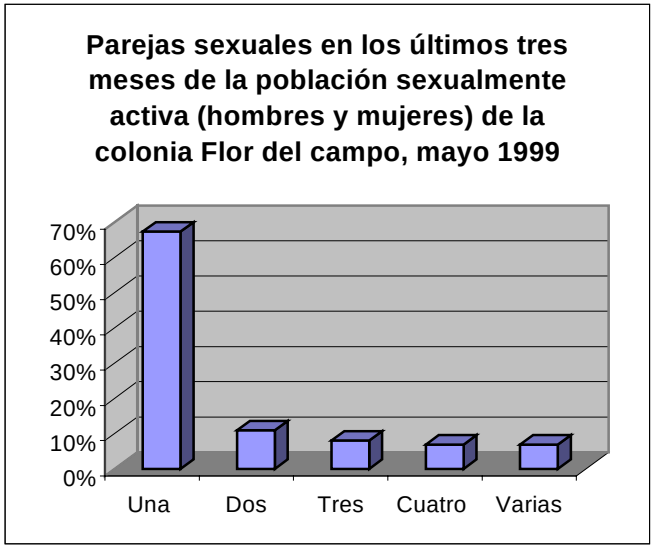
PERCEPCION DE RIESGO

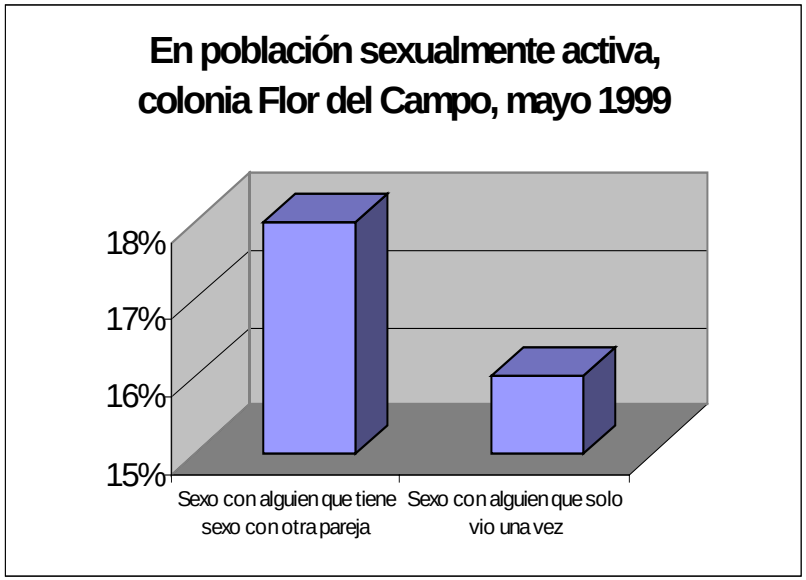


Conductas de Riesgo

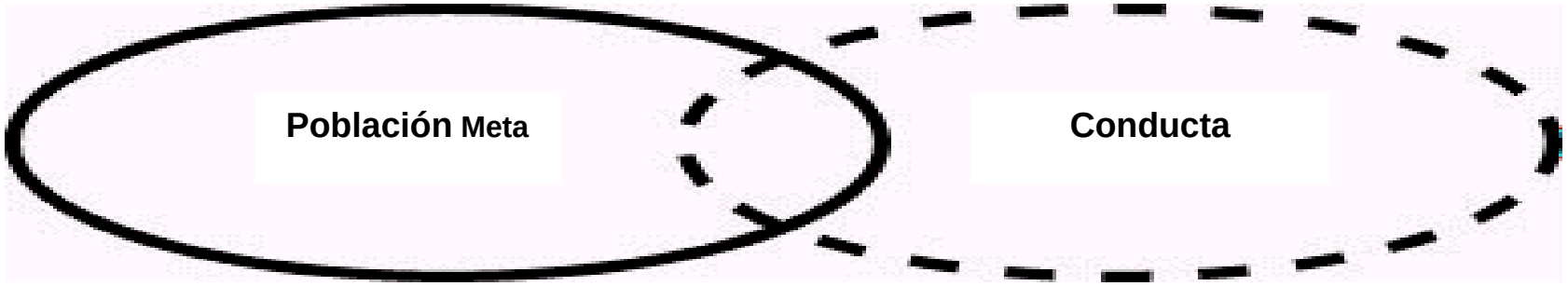
En la Colonia Flor del Campo, mayo 1999

S5-8





Cadena de Cambios Final de la ONG GAVIOTA
S5-9



Población Primaria

¿Quién?	¿Qué?
Hombres jóvenes de 20 a 24 años, sexualmente activos, que alguna vez han usado condón y tienen intención de seguir usándolo	Que los jóvenes usen el CONDON correcta y consistentemente en toda relación sexual penetrativa (incluyendo su pareja estable)

Hoja de Trabajo # S5 – H1

EJERCICIO: *"APRENDIENDO A IDENTIFICAR CONDUCTAS"*

A continuación tiene un listado de conductas. Señale con una X si Ud. considera que se trata de una conducta vaga, una conducta antecedente o una conducta específica. Sólo puede seleccionar una opción.

Recuerde: La conducta específica es la que previene directamente el VIH

1. Hablar con mi pareja acerca de la prevención del VIH

- Es una conducta vaga _____
- Es una conducta antecedente _____
- Es una conducta específica _____

2. Llevar un condón conmigo siempre

- Es una conducta vaga _____
- Es una conducta antecedente _____
- Es una conducta específica _____

3. Fidelidad mutua sabiendo que ambas personas son VIH negativas Y tienen una relación afectiva de un año o más.

- Es una conducta vaga _____
- Es una conducta antecedente _____
- Es una conducta específica _____

4. Abstinencia de toda relación sexual penetrativa

- Es una conducta vaga _____
- Es una conducta antecedente _____
- Es una conducta específica _____

5. Uso del condón

- Es una conducta vaga _____
- Es una conducta antecedente _____
- Es una conducta específica _____

6. Uso continuo y correcto del condón en cada relación sexual penetrativa

- Es una conducta vaga _____
- Es una conducta antecedente _____
- Es una conducta específica _____

7. **Tener caricias sexuales (abrazos, besos) sin penetración ni intercambio de fluidos corporales**

   - Es una conducta vaga _____
   - Es una conducta antecedente _____
   - Es una conducta específica _____

8. **Usar jeringas y agujas descartables nuevas cada vez que se inyecte o se realicen tatuajes**

   - Es una conducta vaga _____
   - Es una conducta antecedente _____
   - Es una conducta específica _____

9. **Retraso de mi primera relación sexual**

   - Es una conducta vaga _____
   - Es una conducta antecedente _____
   - Es una conducta específica _____

SESION #6: RESUMEN DEL PRIMER DIA Y ANTICIPO DEL SEGUNDO DIA

A. Objetivos:

Al finalizar esta actividad, las personas participantes podrán

- Resumir y evaluar los logros del primer día.
- Identificar las áreas que necesitan clarificación del primer día.
- Conocer los temas que se cubrirán en el día 2.

Actividades	Tiempo	Página
1. Ejercicio participativo de motivación	10 min.	66
2. Introducción al segundo día del taller	5 min.	66
3. Resúmen participativo del día anterior	10 min.	67
4. Anticipo de contenidos del segundo día	5 min.	67
Tiempo total	**30 min.**	

Materiales y preparación anticipada		Página
1. Rotafolios con resúmen día anterior		

B. Notas para el facilitador/a

1. Ejercicio participativo de motivación (10 minutos)

Inicie las actividades del segundo día con un ejercicio participativo que motive y termine de integrar al grupo. Queda a criterio e iniciativa del facilitador/a qué ejercicio realizar.

También puede preguntar entre los y las asistentes si tienen un ejercicio que conocen y desean compartir con el grupo.

Que sea un ejercicio corto, de movimiento y que motive.

2. Introducción (5 minutos)

Haga una introducción muy breve sobre el modelo y los contenidos que se están desarrollando en el taller, así como su aplicabilidad y los objetivos originales de la capacitación.

3. Resúmen participativo del día anterior (10 minutos)

A través de esta actividad se retroalimenta en forma dinámica los contenidos del día anterior, permitiendo a los y las participantes compartir los conocimientos adquiridos y sus inquietudes con respecto al modelo, así como los conocimientos que les hace falta reforzar.

Inicie esta actividad pidiendo a los y las participantes (aproximadamente entre 4 a 5 opiniones como muestra), que expresen sus opiniones abiertas y sinceras sobre el modelo y los contenidos desarrollados hasta el momento, tanto de manera positiva como las limitantes.

Escriba un resúmen de sus opiniones en el rotafolio, para tener en cuenta las dudas expresadas y poder clarificarlas en lo que resta del taller.

Concluya leyendo los puntos fundamentales tocados en el taller, que ha escrito previamente en el rotafolios.

4. Anticipo de contenidos del segundo día (5 minutos)

Proporcione un anticipo de los contenidos y las actividades del segundo día.

Revise la agenda proporcionada el primer día en conjunto con los y las participantes, con una idea como la siguiente:

- En la mayor parte del día de hoy, ustedes estarán trabajando para analizar qué es lo que hace que la gente se comporte de una manera o de otra y definiendo las actividades o intervenciones para sus propias poblaciones meta, así como la conducta que desean promover.

- También tendrán oportunidad de trabajar con representantes de otras organizaciones para "criticar" y apoyar, así como para poner a prueba sus ideas.

SESION #7: USANDO LA CIENCIA DE LA CONDUCTA PARA IDENTIFICAR LOS FACTORES CLAVE

A. Objetivos:

Al finalizar esta actividad, las personas participantes podrán

- Nombrar por lo menos 5 tipos de determinantes que influyen en la conducta.
- Describir cómo al comparar a las personas que hacen algo y a las personas que no lo hacen, se puede identificar las determinantes más influyentes de una conducta específica.
- Proporcionar por lo menos una razón por la cual es importante utilizar la investigación para identificar las determinantes que las actividades debieran abordar.
- Construir los factores clave a partir de las determinantes.

Actividades	Tiempo	Página
1. Introducción	5 min.	
2. Presentación "Las Determinantes y Los Factores Clave de Conducta"	25 min.	70
3. Ejercicio "El Uso del Condón"	30 min.	71 – 74
4. Elaboración de Factores Clave	20 min.	74
5. Ejemplo de la ONG Gaviota	10 min.	75
Tiempo total	**1 1/2 hora**	

Materiales y preparación anticipada	Página
Retroproyector	
Manuales para participantes: "Modelo Cadena de Cambios", Preguntas para abordar los Factores Clave", "Definición de Determinantes de Conducta", "Algunas Determinantes Externas Comunes de la Conducta", "Descripción de Algunas Determinantes", "¿Qué es un factor clave?", "Diferencias entre determinantes y factor clave", "Ejemplos de ONG Gaviota", S7-1, S7-2, S7-3, S7-4, S7-5, S7-6, S7-8 a S7-12	76 y 87
Acetato de "Modelo Cadena de Cambios" (Acetato S7-1)	76
Acetato de "Preguntas para Abordar los Factores" (Acetato S7-2)	77
Acetatos de "Definición de Determinantes", "Algunas Determinantes Externas de la Conducta", "Descripción de Algunas Determinantes (Acetatos S7-3, S7-4 y S7-5)	78 a 80
Acetatos "¿Qué es un Factor Clave?" , "Diferencia entre Determinante y Factor Clave" (Acetatos S7-6 y S7-7)	81 y 82
Acetatos "Ejemplos ONG Gaviota" (Acetatos S7-8 al S7-12)	83 a 87

B. Notas para el facilitador/a

- Esta sesión es una de las "más importantes" del taller de capacitación. El material es demandante aún para aquellos/as que están familiarizados con el concepto de determinantes conductuales y se encontrará que son pocos los o las participantes que tienen experiencia en aplicar la ciencia de la conducta. El darle nombre a los factores clave es crucial para el modelo cadena de cambios. Es imperativo que los factores que se identifiquen estén claramente vinculados con alguna evidencia de investigación que tenga que ver con la conducta y la población específica. El primer eslabón crítico en el modelo de la cadena de cambios es asegurarse que las actividades estén realmente actuando sobre aquellos factores críticos que se identificaron antes.

- La discusión en esta sesión busca mostrar cómo los programas de prevención pueden ser más efectivos cuando van dirigidos a esos factores clave que han sido identificados a través de un proceso sistemático.

- Es necesario demostrar cómo al enfocar la investigación de población y el estudio de la literatura, pueden ayudar a identificar qué factores son importantes. Además, une los conceptos de efectividad a la actividad de mayor confiabilidad y facilita el uso de la ciencia de la conducta. Con recursos limitados los planificadores/as quieren sacar lo mejor que sea posible del dinero que invierten. **Ayúdeles a visualizar cómo pueden concentrarse en aquellos factores conductuales que tienen más posibilidad de ser influídos para lograr la conducta deseada.**

- Recuerde a los y las participantes la relación que hay entre los factores clave, su población y la conducta escogida para promover. Las actividades actuarán solamente sobre algunos factores clave porque estos son los que tienen más posibilidades de ser influídos (trabajados a través de dichas actividades) en esta población. Los factores clave son seleccionados en relación a una conducta específica y a una población meta, en una época o durante un periodo específico de tiempo.

- Los facilitadores/as deben tener una idea clara de la diferencia que existe entre una determinante conductual (que es el nombre de una categoría) y un "Factor Clave" como nosotros usamos el término en el modelo cadena de cambios.

- A través de esta sesión, los facilitadores/as deben hacer énfasis en la necesidad de investigar la población meta. Aún cuando se pueda aprender mucho de otras experiencias y de otras investigaciones, los y las participantes deben ir pensando en la forma de verificar sus ideas con respecto a lo que piensa y lo que hace en realidad su población meta.

1. Introducción (5 minutos)

Inicie la sesión mostrando el acetato que muestra el tercer eslabón de la cadena titulado "Modelo de Cadena de Cambios para la Planificación de Programas" (Acetato #S7-1). Indique que es el tercer eslabón de la Cadena y en él serán abordados aquellos factores clave que puedan influir en la conducta especifíca.

Muestre el acetato "Preguntas para Abordar los Factores Clave" (Acetato #S7-2), explicando que aquí se bosquejan los aspectos del tema que se abordarán en esta sesión.

2. Presentación sobre las determinantes y los factores clave de conducta (25 minutos)

Desarrolle esta presentación mostrando los acetatos relacionados con las definiciones de determinantes y factores clave, tipos de determinantes y diferencias entre las determinantes y los factores clave de conducta (Acetatos # S7-3 al S7-7). Haga la explicación participativa, incluyendo actividades tales como:

- Pedirles a dos o tres voluntarios/as que indiquen qué es para ellos/as una determinante de conducta antes de colocar el acetato con las definiciones (Acetato #S7-3) y relacionar sus definiciones con las que aparecen en el acetato.

- Con el acetato de "Algunos Determinantes Comunes de la Conducta" (Acetato #S7-4), preguntar quiénes han abordado alguno o algunas de estas determinantes en las actividades preventivas de sus programas, cuáles y por qué. Concluya que ellos/as han escogido abordar determinantes específicas porque:

  a) de alguna manera creen que este factor en particular influye sobre la conducta que, practicada, reducirá el riesgo de contraer el VIH en las personas
  b) porque su programa (o la actividad) puede influir directamente sobre este factor.

- Pida que diferentes personas del grupo lean la descripción de una de las determinantes en el acetato "Descripción de Algunos Determinantes que Influyen en la Conducta" (Acetato S7-5). Responda a preguntas y aclare dudas.

3. Ejercicio "El Uso del Condón" (30 minutos)

(Antes de realizar este ejercicio , aprovechando un receso, cologue las hojas con los enunciados de creencias y acciones en tres lugares diferentes del salón doblados:

- dejando la acción#4, debajo de la creencia #1
- la acción #5, debajo de la creencia #2
- la acción #6, debajo de la creencia #3

Doble hacia arriba y sostenga con masking tape, para que no puedan leerse. Quite el masking tape al inicio del ejercicio).

Pida al grupo de participantes que se pare en medio del salón en círculo.

Introduzca el ejercicio enfatizando que esta actividad ilustrará uno de los principios fundamentales de las estrategias de prevención basadas en una conducta.

Continúe diciendo:

"Imaginémonos que estamos realizando una campaña de promoción comunitaria de salud, que tiene como objetivo aumentar la prevención de VIH/SIDA/ITS en la comunidad. Nuestra investigación ha mostrado que los adultos que usan condón en toda relación sexual penetrativa, tienen menos probabilidad de contraer alguna ITS o el VIH. Así que nuestra meta es hacer que más adultos usen condón en toda relación sexual penetrativa."

Pregunte:

Si ustedes estuvieran a cargo de esta campaña, ¿Qué clase de programa desarrollarían?

Explique que hay 3 declaraciones de creencias puestas sobre la pared (Léalas en voz alta con ayuda de participantes voluntarios/as).

Declaraciones de creencias:

#1. Yo creo que el condón es bueno para todas las personas que son sexualmente activas, les previene de las VIH/SIDA/ITS.

#2. Yo creo que el uso del condón es más importante para las personas que tienen múltiples parejas sexuales.

#3. Yo creo, en general, en el uso del condón, pero pienso que una persona

que tiene una pareja estable no necesita usarlo.

Pida que cada uno/a se pare frente a la declaración que más se aproxima a sus creencias. Observe y comente: ¿Alguna observación sobre cómo quedaron conformados los grupos? ¿Por sexo?, ¿Por profesión? Por región? Otro?

Nota al facilitador/a: El grupo olvida inmediatamente su misión y sus miembros entran a dar sus propias creencias...

Ahora, quite los carteles con las declaraciones de creencias y deje a la vista los carteles de acciones.

Declaración de acción:

#4. Yo uso el condón en toda relación sexual penetrativa que tengo.

#5. Yo uso el condón con mi pareja solamente en ciertas ocasiones.

#6. Yo no soy una persona que usa condón.

Hágales leer en voz alta las declaraciones de acción y pídales que se vuelvan a colocar de acuerdo a lo que ellos/as en realidad hacen ¿Alguna diferencia? Observe y comente: ¿Alguna observación sobre cómo quedaron conformados los grupos?, ¿Por sexo?, ¿Por profesión? ¿Por región? ¿Otro?

Haga la observación que **lo que pensamos y creemos a menudo es bastante diferente de lo que en realidad hacemos... Esto es mucho más aparente en el área de la conducta sexual**.

Continúe el ejercicio pidiendo ahora que cada grupo discuta y escriba en una hoja de rotafolio en blanco , **los beneficios que tiene el uso del condón**, poniéndose en el punto de vista con el cual votaron (uso constante, uso esporádico, no uso), independientemente del uso del condón que realmente practican en su vida diaria.

En otra hoja en blanco, que listen las principales barreras de usar condón. Cada grupo tendrá **10 minutos**. Entrégueles hojas de rotafolio y marcadores de colores.

Solicite que cada grupo, desde su punto de vista y con su hoja de rotafolio pegada en la pared donde está el enunciado, lea los beneficios indicados por su grupo y vaya eliminando aquellos que son comunes para los tres grupos. Realice el mismo procedimiento con las barreras al uso del condón listadas por los grupos.

Pregunte: ¿Qué distingue a los 3 grupos?. Enfatice cómo muchos beneficios y barreras comunes son compartidos por personas que ya están practicando una conducta. (ejemplo, uso de condón) y por aquellos/as que no la practican, por ejemplo, los condones son caros.

Examine los beneficios y las barreras del grupo que usa el condón con su pareja en ciertas ocasiones, en términos de cuáles de ellas obstaculizan y cuáles de ellas facilitan el uso del condón en forma correcta y constante.

Indíqueles que vamos a asumir que estos son resultados de una investigación formal, por tanto se abordó un grupo significativo de miembros de nuestra población meta y se tienen unos resultados que son más relevantes para dicha población meta (estadísticamente significativos). Proceda a seleccionar 2 barreras y 2 beneficios (aparentemente más significativos). Clasifíquelos como determinantes, de acuerdo al listado de "Descripción de algunas determinantes que influyen en la conducta- categorías". Ejemplos que pueden salir,

Barreras:
- Los condones quitan el placer sexual
- Son caros
- No se pueden conseguir cuando se necesitan
- Se rompen
- La pareja no quiere usarlos
- Los amigos consideran que se usan solamente con trabajadoras del sexo

Beneficios:
- Dan tranquilidad para tener una relación sexual segura
- Disminuyen el riesgo de embarazo, VIH/SIDA/ITS
- Facilita la comunicación con la pareja
- Los amigos piensan que es importante usarlos con una pareja conocida y de confianza
- Aumentan la confianza en uno/a misma

Concluya el ejercicio comentando:

- En la realidad tenemos que decidir a qué grupo nos vamos a dirigir:
    - Al que necesita mayor cambio,
    - A las personas que ya están motivadas hacia el cambio, o
    - A las que ya cambiaron la conducta pero necesitan reforzarla.

- **Generalmente los programas se dirigen a las personas que están motivadas hacia el cambio de la conducta.**

Enfatice que las determinantes se obtienen de distinguir entre las personas que realizan la conducta esperada y las que no lo hacen (diferencia entre las que hacen y las que no hacen).

Finalmente, indique que para el ejercicio se hizo una investigación rápida, pero que en la realidad, ésta deberá ser más extensa y completa para que nos de a

conocer las determinantes que realmente están influyendo en la conducta que queremos influir en nuestra población meta.

4. Elaboración de Factores Clave (20 minutos)

Prosiga con las determinantes seleccionadas en el Ejercicio "El Uso del Condón", a elaborar los factores clave correspondientes, haciendo notar que:

- A continuación se elaborarán los factores clave correspondientes a cada determinante que se ha seleccionado para trabajar con la población meta escogida.

- Hay que recordar que el factor clave siempre describe una acción que es expresada como un verbo más una determinante.

Escriba la primera determinante y pregunte qué verbo consideran ellos/as que podrían anteponer a esta determinante. Reciba sugerencias y dé opciones, tales como:

- Mejorar
- Cambiar
- Fortalecer
- Aumentar
- Hacer
- Reducir

Proceda a construir cada factor clave con la ayuda del grupo. Algunos ejemplos:

- Aumentar el apoyo de otros pares para el uso de condones en cada relación sexual penetrativa (norma social percibida).

- Perfeccionar la habilidad para usar correctamente el condón (habilidad).

- Bajar el precio de los condones y/o tener los condones a mano en la tienda del barrio (acceso).

- Incrementar la capacidad de negociar con su pareja el uso de condón (habilidad).

Concluya el ejercicio haciendo notar, que para obtener datos relevantes como los que han recolectado con el ejercicio, lo que se tiene que hacer es investigar en la población y no solamente adivinar, aún cuando nosotros seamos miembros de la población que usa condón en toda relación sexual penetrativa.

5. Ejemplo de la ONG Gaviota

Inicie la presentación indicando que a continuación se verá el proceso de identificar determinantes significativas y elaborar factores claves para abordar la población meta, aplicado en la realidad.

Muestre el acetato titulado "Cadena de Cambios Hipotética de la ONG Gaviota" (Acetato # S7-8 para que los y las participantes observen los factores clave que se plantearon antes de realizar la investigación, teniendo como base, la información y experiencias que tenían de trabajar con su población meta.

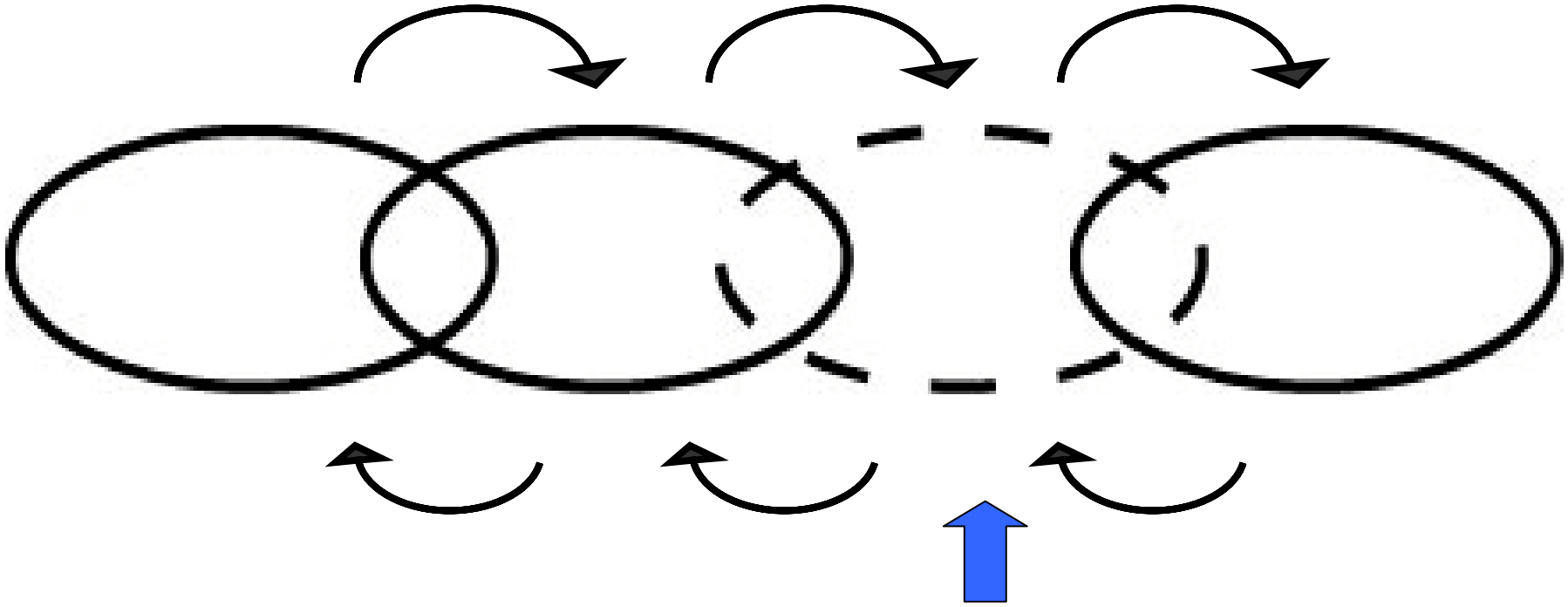
Continúe la presentación mostrando los acetatos sobre el análisis cuantitativo y cualitativo, así como la selección final de determinantes y factores clave de Gaviota (Acetatos S7-9 al S7-11).

- Enfatice el hecho que después de tener los factores clave elaborados, es importante evaluarlos en términos de: **a)** si en nuestra organización se puede abordar este tipo de factores, **b**) si contamos con los recursos materiales y humanos necesarios y **c)** si son factores que únicamente puedan abordarse a mediano o largo plazo.

- También es importante priorizar cuántos factores clave podemos abordar, cuántos podemos trabajar en este momento para ser efectivos/as y eficientes y con qué orden de prioridad.

Finalice con la exposición del acetato que contiene el "Modelo de Cadena de Cambio Final de la ONG Gaviota" (Acetato #S7-12) para que observen los factores clave obtenidos directamente con su población meta, los cuales servirán de base para diseñar las actividades educativas.

Modelo Cadena de Cambios
S7-1



Factores Clave *que puedan influir en la conducta específica*

“PREGUNTAS PARA ABORDAR LOS FACTORES CLAVE” S7-2

1. ¿Qué son los factores que influyen en la conducta?

2. ¿Por qué son importantes en la planificación de los programas?

3. ¿Cómo sé yo qué factores son los más importantes para ser abordados por mi o mis actividades de prevención de VIH?

Definición de Determinante de Conducta
S7-3

- Es un elemento que influye en una persona para que decida realizar o no una conducta particular.

- Varias determinantes pueden (independientemente o conjuntamente) influir en la misma conducta.

- Las determinantes de una conducta se identifican mediante la investigación de su población meta, comparando a las personas **Que hacen** y las personas **que no hacen.**

ALGUNAS DETERMINANTES EXTERNAS COMUNES DE LA CONDUCTA (CATEGORIAS) S7-4

- Demográficas
- Disponibilidad/acceso de los productos y los servicios
- Cultura
- Políticas
- Habilidades
- Consecuencias reales
- Estatus de relación

DETERMINANTES INTERNAS COMUNES DE LA CONDUCTA

- El riesgo percibido
- Conocimientos
- Actitudes
- Autoeficacia
- Intenciones
- Normas sociales percibidas
- Consecuencias percibidas

DESCRIPCION DE ALGUNAS DETERMINANTES

que influyen en la conducta (categorias) **S7-5**

DETERMINANTES EXTERNAS:
Aquellas fuerzas fuera del individuo que afectan la ejecución de una conducta.

Habilidades: El conjunto de capacidades necesasrias para llevar a cabo una conducta particular. Las Habilidades clave para desarrollar conductas que protejan del VIH incluyen la comunicación, la negociación, la negación a realizar actos sexuales, la capacidad de usar correctamente el condón, la limpieza de agujas, etc.

Acceso: Incluye la existencia de servicios y productos, tales como condones y agujas, su disponibilidad a una audiencia y la comodidad de la audiencia en adquirir ciertos tipos de productos deseados o hacer uso de un servicio.

Política: leyes y regulaciones que afectan el comportamiento y promueven el acceso a los productos y los servicios. Las políticas que afectan el VIH incluyen aquellas que regulan el intercambio de agujas; los productos o servicios a menores sin aprobación de sus padres; la notificación a la pareja; la regulaciones domésticas de las parejas, etc.

Cultura: El conjunto de historia, costumbres, estilos de vida, valores y prácticas dentro de un grupo autodefinido. Puede estar asociada con factores étnicos o con estilos de vida, tales como la cultura " gay " o la cultura "juvenil".

Consecuencias reales: Todo lo que pasa en la realidad después de ejecutar una conducta particular

Estatus de relación: Tipo de relación, cómo se categoriza por la propia pareja sexual y la comunidad. Categorías comunes de relación son de corto o delargo plazo; casuales o serias; monógamas o de parejas múltiples.

DETERMINANTES INTERNAS:
Aquellas fuerzas dentro del individuo que afectan la manera como el o ella piensa o siente sobre su comportamiento

Auto-eficacia: La creencia de una persona de que puede ejecutar una conducta particular.

Normas sociales percibidas: La percepción de un individuo de lo que las personas importantes para el/ella piensan de su conducta. Normas con dos componentes: lo que le importa más a uno y lo que uno percibe que piensan otros otros sobre lo que debe hacer.

Consecuencias percibidas: Lo que una persona piensa que pasará, ya sea positivo o negativo como resultado de llevar a cabo determinada conducta.

Conocimiento: Conocimiento básico de hechos sobre la transmisión del VIH, sobre cómo protegerse uno/a de la transmisión, qué significan los resultados de un test, dónde obtener los servicios, etc.

Actitudes: Una categoría muy amplia de lo que las personas piensan o sienten acerca de una gran variedad de asuntos. Esta amplia categoría incluye la auto-eficacia, el riesgo percibido y otros factores actitudinales.

Riesgo percibido: la percepción de la persona de cuán vulnerable se siente al VIH, las ITS, etc.

Intenciones: Lo que la persona planea o proyecta hacer en el futuro. La intención futura de llevar a cabo una conducta está altamente asociada con llevar a cabo en la realidad tal conducta.

QUÉ ES UN FACTOR CLAVE
S7-6

- Es una expresión más detallada y más específica de una determinante.
- Siempre describe una acción que es el resultado de la actividad del programa (Es expresado como un verbo + la determinante).
- Es específico de la población meta y de la conducta que promoveremos.
- Identifica qué hará el programa para compensar las diferencias entre los/as que hacen y los/as que no hacen. Qué se les dará a los/as que no hacen para que cambien su comportamiento.

DIFERENCIAS ENTRE DETERMINANTE Y FACTOR CLAVE
S7-7

- La determinante de conducta nombra una categoría:

  Ejemplos:

  Habilidades
  Conocimientos
  Normas sociales percibidas

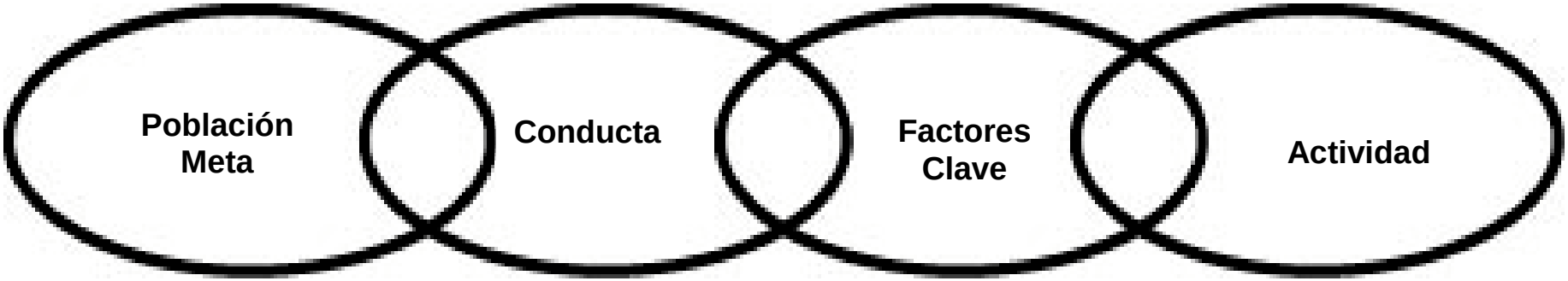
- El factor clave contesta preguntas tales como:

  Ejemplos:

  ¿Cuáles habilidades?
  ¿Exactamente qué conocimientos?
  ¿Qué aspecto de las normas sociales percibidas?

CADENA DE CAMBIOS HIPOTETICA DE LA ORGANIZACIÓN GAVIOTA

S7-8



¿ Quién ?	¿ Qué ?	Verbo + Factor	Actividad
Hombres jóvenes de 15 a 24 años, y que tienen intención de usar el CONDON.	Qué los jóvenes usen el CONDON en toda relación sexual (incluyendo su pareja estable).	• Desarrollo de habilidades y hábitos que les permitan tener disponibles los condones. • Aumento de habilidad en el uso correcto del CONDON. • Disminuir mitos en la aceptación social del uso del CONDON.	

EJEMPLO ONG GAVIOTA
S7-9

ANALISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO DE LOS QUE USAN EL CONDON

	Correcto	Incorrecto
Usar vaselina es una buena manera de lubricar un condón = Falso	44.00%	56.00%
Los jóvenes piensan que al tener una sola pareja no hay que preocuparse de infectarse = Verdadero	54.00%	46.00%
Los jóvenes opinan que el condón no es efectivo para protegerse del SIDA = Falso	45.00%	54.00%

En cuanto el uso del condón:

CREENCIAS	▪ Les quita el placer sexual ▪ El hombre se debilita al usar condón ▪ El condón no es seguro, se rompe ▪ Es mejor carne a carne, el condón es un obstáculo
ACTITUDES	▪ No les da vergüenza pedirlos ni comprarlos
NORMAS SOCIALES	▪ Mi pareja va a pensar mal de mi, pensará que ando con otra

EJEMPLO ONG GAVIOTA

S7-10

Beneficios y barreras al uso del condón
Reportados por hombres de 20-24 años sexualmente activos y que usan el condón

BENEFICIOS	BARRERAS
▪ Protege del VIH/SIDA/ITS ▪ Protege del embarazo	▪ No es lo mismo con condón ▪ No se siente lo mismo ▪ No estimula a la mujer ▪ Le quita placer ▪ Desconfía de la mujer, porque está enferma o es infiel

HOMBRES 20 – 24 AÑOS SEXUALMENTE ACTIVOS Y QUE NO USAN EL CONDON

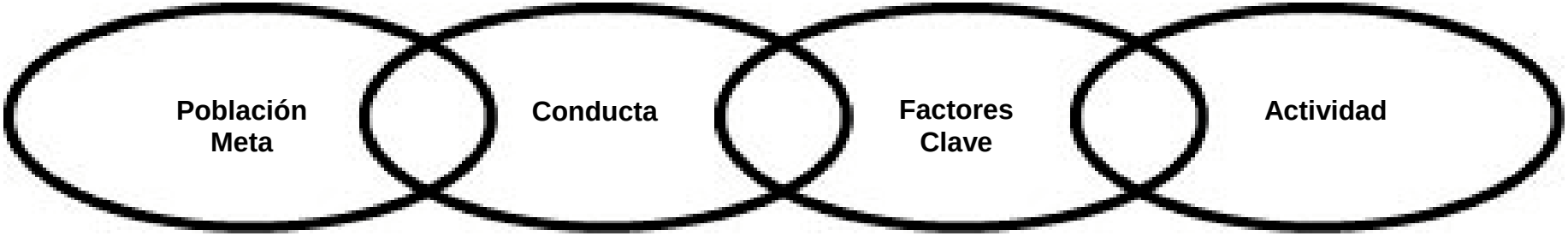
BENEFICIOS	BARRERAS
	▪ Hay mujeres que no les gusta usar el condón ▪ A veces no confían en el condón y tienen duda de su protección ▪ No sabe usarlo correctamente ▪ Se le sale del pene ▪ Soy fiel a mi pareja

EJEMPLO ONG GAVIOTA S7-11

DETERMINANTES Y FACTORES CLAVES SELECCIONADOS CON BASE EN DATOS SIGNIFICATIVOS ENCONTRADOS

DETERMINANTE	FACTOR CLAVE
1. CONOCIMIENTO ▪ Formas de transmisión del VIH ▪ Procedimiento para el uso del condón ▪ Enfásis ▪ Lubricación ▪ Colocación	Incrementar los conocimientos sobre**:** ▪ La forma de transmisión del VIH/SIDA ▪ Incrementar los conocimientos con relación al uso correcto y consistente del condón con énfasis en la lubricación y colocación
2. CULTURALES: *Mitos y creencias sobre el condón* ▪ Desconfianza sobre la protección del condón ▪ No se siente el mismo placer ▪ Pena de solicitar el condón	▪ Reducir mitos y creencias sobre el condón con relación a: ▪ la desconfianza sobre la protección del mismo ▪ falta de placer al usarlo ▪ pena por adquirir el condón
3. ACTITUDES ▪ Por descuido y falta de previsión al no llevar consigo el condón, en el momento de la relación sexual	▪ Incrementar la percepción de riesgo de contraer el VIH/SIDA en los jóvenes y de previsión para tener disponible el condón
4. HABILIDADES ▪ Se le sale del pene, no se lo puede poner, duda de usarlo correctamente	▪ Aumentar las habilidades y destrezas en el uso correcto y consistente del condón
5. NORMAS SOCIALES ▪ Por fidelidad ▪ Para evitar desconfianza en la mujer	▪ Disminuir la norma social de desconfianza " Las personas que usan condón son infieles o están enfermas "
6. PERCEPCION DE RIESGO ▪ Soy muy joven para tener SIDA ▪ No tengo riesgo por que tengo una sola pareja	▪ Incrementar la percepción de riesgo de contraer el VIH en los jóvenes

MODELO DE CADENA DE CAMBIOS FINAL DE LA ONG GAVIOTA S7-12



¿ Quién ?	¿ Qué ?	Verbo + Factor	Actividad
Hombres jóvenes de 20 a 24 años, sexualmente activos, que alguna vez han usado condón y tienen la intención de seguir usándolo	Que los jóvenes usen el CONDON correcta y consistentemente en toda relación sexual penetrativa (incluyendo su pareja estable)	▪ **Disminuir** las actitudes negativas sobre el uso del condón (no se siente igual, no confían en el condón, daña la matriz, produce ardor). ▪ **Aumentar** los conocimientos sobre las formas de transmisión del VIH/SIDA; relaciones de riesgo sin protección, beneficios del uso correcto del condón. ▪ **Desarrollar** la destreza en el uso correcto y consistente del condón. ▪ **Aumentar** la habilidad para negociar con la pareja. ▪ **Incrementar** la percepción de riesgo a contraer el VIH/SiDA.	

SESION #8: PLANIFICANDO ACTIVIDADES QUE ABORDEN LOS FACTORES CLAVE

A. Objetivos:

Al finalizar esta actividad, las personas participantes podrán

- Identificar actividades preventivas que aborden los factores clave relacionados a una población meta y a una conducta específica.

Actividades	Tiempo	Página
1. Introducción	5 min.	89
2. Presentación sobre "Las Categorías de Posibles Actividades y Criterios que Deben Tener"	25 min.	89-90
3. Ejercicio "Selección de Actividades"	30 min.	91
4. Ejemplo de la ONG Gaviota	30 min.	92
Tiempo total	**1 ½ hora**	

Materiales y preparación anticipada	Página
Retroproyector	
Manuales para participantes: “Modelo Cadena de Cambios”, “Categorias de Posibles Actividades”, “Posibles Actividades”, “Una Actividad Debe Lograr Dos Cosas”, “Actividades Que seleccionó Gaviota a partir de los Factores Clave”, “Ejemplos de la ONG Gaviota”, "La Herramienta Correcta", S8-1, S8-2, S8-3, S8-3, S8-4 S8-5, S8-6, S8-7, S8-8 y "Ejercicio de Selección de Actividades a Partir de los Factores Clave", (Hoja de Trabajo #S8-H1)	93 – 101
Acetato de "Un Modelo de Cadena de Cambios para el Programa" (Acetato #S8-1)	93
Acetatos "Categorías de Posibles Actividades", "Posibles Actividades" y "Una Actividad Tiene que Lograr Dos Cosas" (Acetatos # S8-2 a S8-4)	94 a 96
Acetato "Actividades que selecciónó ONG Gaviota a Partir de los Factores Clave” (Acetato # S8-5)	97
Acetatos de "Ejemplo de la ONG Gaviota" (Acetatos #S8-6 y S8-7)	100 y 101

B. Notas para el facilitador/a

Esta sesión enfoca las decisiones que los planificadores/as de programas deben de tomar al diseñar sus programas. Se demuestra cómo las decisiones previas sobre población meta, conducta esperada y los factores clave, determinan la actividad o intervención a desarrollar.

Los planificadores/as deben concentrarse, dentro de un mar de decisiones que se toman cuando se aplica el modelo de cadena de cambios, para diseñar actividades preventivas "en la estrategia". Es necesario visualizar la relación que

existe entre los factores clave y el diseño de las actividades por un lado. Por otro lado, hay que abordar los factores clave dentro de las actividades que se planifiquen.

1. Introducción (5 minutos)

Comience la presentación colocando el acetato titulado "Modelo de Cadena de Cambio" (Acetato # S8-1), que muestra el eslabón correspondiente a actividades y explique:

- Hemos llegado al cuarto y último eslabón de la cadena de cambios, el cual corresponde a actividades.

- Tradicionalmente las personas realizan un plan de actividades preventivas , de acuerdo a las propias experiencias, conocimientos e impresiones. Pero bajo el modelo de cadena de cambios, dicho plan se diseña tomando en cuenta las determinantes que influyen en la conducta de la población que vamos a abordar y que identificamos a través de una investigación. Asímismo, dichas actividades son diseñadas para que directamente aborden las diferentes determinantes que están influyendo en las personas de esa población, para que cambien su conducta a una conducta deseada.

- Puede que piensen sobre el modelo de cadena de cambios como algo que fluye en una dirección: las decisiones sobre la población meta y la conducta esperada, le dan forma a las decisiones sobre los factores clave y les lleva a una actividad precisa. Sin embargo, **una vez que la actividad esté en marcha, el modelo de cadena de cambios, fluye en la otra dirección: la actividad tiene un impacto sobre los factores clave y los factores clave influirán en la conducta de esta población.**

2. Presentación sobre "Las Categorías de Posibles Actividades y Criterios que Deben Tener" (25 minutos)

Inicie la presentación mostrando el acetato titulado "Categorías de Posibles Intervenciones (Actividades)", Acetato S8-2 y explique:

- Aquí se observan en 7 categorías, los tipos de actividades que se pueden ofrecer para prevenir el VIH. Es un número relativamente pequeño de opciones. Sin embargo, dentro de cada categoría existe una serie de actividades que se puede implementar.

- Pregunte si hay alguna categoría que no conocen. En caso haya categorías que no conozcan, pregunte si alguien del grupo puede explicar en qué consisten. En caso contrario, explique usted.

Muestre el acetato titulado "Posibles Actividades (Acetato #S8-3), Pregunte:

- ¿Cuáles de estas actividades utilizan ustedes actualmente en sus programas?. Dé unos cuantos minutos para que revisen y comenten.

Explique:

- Sabemos que algunas actividades pueden ser más efectivas que otras para abordar ciertos factores clave en particular.

    - Por ejemplo, las demostraciones prácticas y los sociodramas son mejores (más efectivos) para incrementar las habilidades, que un afiche.

- También debemos saber que en la práctica, diferentes actividades abordan un factor clave que se seleccionó para trabajar. Pero también se puede decidir implementar una actividad por factor clave, o bien, varias actividades para diferentes factores clave.

- Esta decisión dependerá de varios aspectos, tales como la complejidad del factor clave que vamos a trabajar, el tiempo con que contamos, materiales que tenemos, qué tan apropiada es la actividad para la población meta, el personal que tenemos y la oportunidad que existe en la comunidad. Por ejemplo, podemos seleccionar 3 actividades que son las más efectivas para desarrollar con la población meta, pero el costo total sobrepasa el presupuesto asignado.

Muestre el acetato titulado "Una Actividad Tiene que Lograr Dos Cosas" (Acetato # S8-4) y explique:

- Como planificador/a de programas, el trabajo es asegurarse que cada actividad que se propone logre 2 cosas:

    - La actividad debe **abordar directamente** los factores clave que seleccionamos para influir la conducta que se está promoviendo en una población específica; y

    - La actividad debe **ser fácil** para que su población meta participe.

Pida a los y las participantes que busquen en su material de apoyo las páginas tituladas "La Herramienta Correcta" (Hoja de información #S8-6) y haga que cada participante lea una categoría de actividad y las determinantes que éstas abordan más efectivamente.

Termine solicitando comentarios o preguntas sobre lo expuesto.

3. Ejercicio "Selección de Actividades" (30 minutos)

Inicie el ejercicio dando las instrucciones siguientes:

- En el ejercicio que haremos a continuación, nos centraremos en los dos criterios que vimos anteriormente que una actividad debe lograr: **1.** Ser estratégica al abordar los factores clave para influir la conducta que se está promoviendo en una población meta y **2.** La actividad debe ser fácil para que la población meta participe.

Organice a los y las participantes en pequeños grupos y pídales que busquen en su material de apoyo las hojas de trabajo tituladas "La Herramienta Correcta" y "Ejercicio de Selección de Actividades a Partir de los Factores Clave" (S8-6 y Hoja de Trabajo # S8-H1). Lea las instrucciones:

  - Para cada factor clave que aparece en la hoja de trabajo S8-H1, deben escoger la actividad que realmente lo aborde de acuerdo a la hoja S8-6 y asegurarse que dicha actividad (o actividades) es fácil para las personas que participarán en ella (población meta). **Tienen 15 minutos**.

Haga que al finalizar el trabajo grupal, en plenaria, dos o tres grupos presenten las actividades que seleccionaron.

Continúe mostrando el acetato titulado "Actividades que seleccionó Gaviota a Partir de los Factores Clave" (Acetato # S8-5) y pídales que comparen las actividades que ellos y ellas propusieron en sus grupos, con las del acetato que son las que la ONG Gaviota seleccionó en la realidad.

Escoja uno o dos factores clave para comentarlos, en términos de si hubo coincidencia en la selección de actividades. Y en términos de si dichas actividades consideran ellos y ellas que son las más efectivas para abordar este factor clave.

Concluya el ejercicio comentando con el grupo aspectos como los siguientes:

- ¿Cuántas actividades diseñaron ustedes ? ¿Creen que son muchas o pocas?
- ¿Cuánto tiempo más o menos creen que les llevaría desarrollarlas? ¿Tienen suficiente personal y presupuesto para realizarlas?
- Es importante hacer notar que paso a paso se ha llegado al último eslabón de la cadena de cambios y que ahora es importante volver a analizar los eslabones, haciendo fluir el modelo en sentido contrario, para asegurarse que todos los eslabones realmente se relacionan e influyen unos a otros.

4. Ejemplo de la ONG Gaviota (30 minutos)

Inicie la parte final de esta sesión, colocando el acetato titulado "Cadena de Cambios Hipotética de la ONG Gaviota" (Acetato # S8-7) explicando:

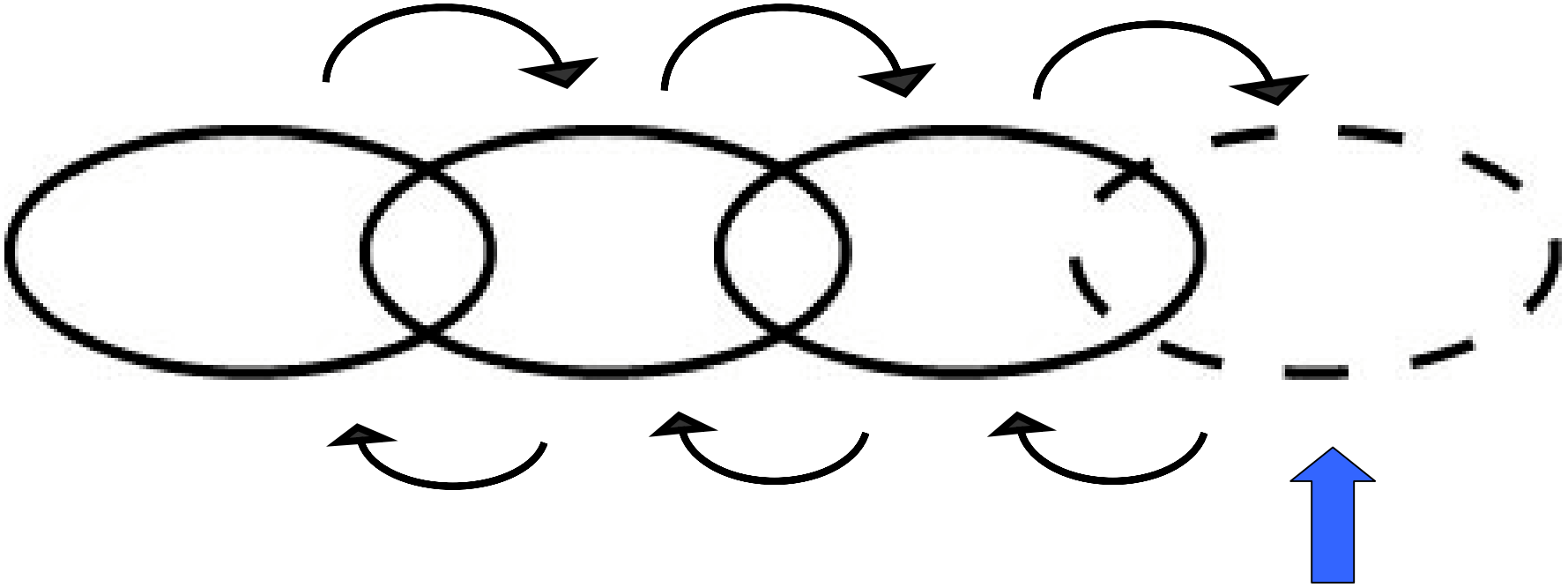
- Antes de desarrollar la investigación, Gaviota asumió esta información para cada eslabón de la cadena.

Finalice colocando el acetato titulado "Cadena de Cambios Final de la ONG Gaviota" (Acetato #8-8), explicando que:

- Con los resultados de la investigación, Gaviota pudo definir y segmentar mejor la población meta, identificar una conducta específica a promover, concentrarse en los factores clave que influyen en esa conducta y seleccionar las actividades que abordan efectivamente estos factores.

Modelo Cadena de Cambios

S8-1



Actividad *para influir los factores clave y, por lo tanto, la conducta específica deseada*

CATEGORIAS DE POSIBLES ACTIVIDADES *(INTERVENCIONES)* S8-2

- Información centralizada y de referencia
- Intervenciones de pequeño grupo
- Intervenciones individuales cara a cara
- Acceso del producto
- Medios de comunicación
- Movilización comunitaria
- Políticas – regulaciones

POSIBLES ACTIVIDADES
S8-3

- **Información centralizada y de referencia**

Linea de información y de referencia
Líneas de consejería
Centros de documentación

- **Intervenciones de pequeño grupo**

Programa de pares
Clínicas comunitarias en la escuela o trabajo
Sesión única o múltiples en cierto número de semanas
Conferencia
Páneles
Testimonios de personas viviendo con VIH/SIDA
Presentaciones de video
Teatro
Acontecimientos especiales

- **Intervenciones individuales cara a cara**

Programas de pares
Programa de promoción en las calles
Programas en los pequeños grupos o pandillas
Alcance en eventos o acontecimientos
Prueba de VIH, consejería, referencias, notificación voluntaria a la pareja
Otras intervenciones de uno a uno ofrecidas en las clínicas de planificación familiar en los programas de tratamientos de drogas de cuidado primario u otras clínicas
Otros tipos de alcance fuera de los ambientes clínicos.

- **Acceso del producto**

Distribución gratis
Apoyo en los precios
Más y diferentes puestos de distribución
Más y diferentes clases

- **Medios de comunicación: impreso y electrónico**

Anuncios pagados en varios medios
Servicio público de anuncios en varios medios
Noticias/promoción y defensa por medio de los medios de comunicación
Folletos, afiches, fotonovelas, rotafolios
Video

- **Movilización comunitaria**

Apoyo – testimonios involucramiento en la opinión de los líderes

- **Políticas/Regulaciones**

Políticas que afectan la distribución y el acceso a los condones

- **Leyes de Farmacia**

Políticas que afectan el intercambio de agujas

Una ACTIVIDAD debe lograr DOS COSAS

S8-4

Debe:

1. Abordar los factores clave a manera de influir la conducta de una población específica

Y

2. Ser “fácil” para que la población meta participe

EJERCICIO S8-5

ACTIVIDADES QUE SELECCIONÓ GAVIOTA A PARTIR DE LOS FACTORES CLAVE

Nuestra población meta es:
Jóvenes Hombres de 20 a 24 años que tienen intención de usar condón

FACTORES CLAVE	ACTIVIDADES
1. Incrementar los conocimientos sobre: a) La forma de transmisión del VIH b) Los riesgos de la relación sexual penetrativa con una pareja sin protección	Sesiones intensivas sobre: ▪ Formas de transmisión de ITS/VIH ▪ Riesgos de la relación sexual penetrativa sin protección ▪ Teatro Bambú ▪ Beneficios del condón
2. Incrementar los conocimientos con relación al uso correcto y consistente del condón, con énfasis en la lubricación y su colocación	▪ Uso de rotafolio para la parte teórica de la fabricación y resistencia del condón, así como los pasos para colocarlo ▪ Demostración del uso del condón utilizando un dildo
3. Reducir mitos y creencias sobre la desconfianza en la protección que da el condón, falta de placer al usarlo y pena para obtenerlo	▪ Testimonio de otros hombres que han vencido los mitos y creencias ▪ Foro de reflexión sobre mitos y creencias ▪ Video “Entre Nosotros”
4. Incrementar la percepción de riesgo de contraer el VIH en los jóvenes y la precaución de portar siempre un condón	▪ Dinámica del Semáforo ▪ Ejercicio “Los que No Tienen Riesgo” ▪ Sociodramas
5. Aumentar la habilidad y destreza en el uso correcto y consistente del condón	▪ Sesiones intensivas sobre autoestima ▪ Folleto sobre autoestima ▪ Video ▪ Trabajo en pequeños grupos sobre autoestima

LA HERRAMIENTA CORRECTA S8-6

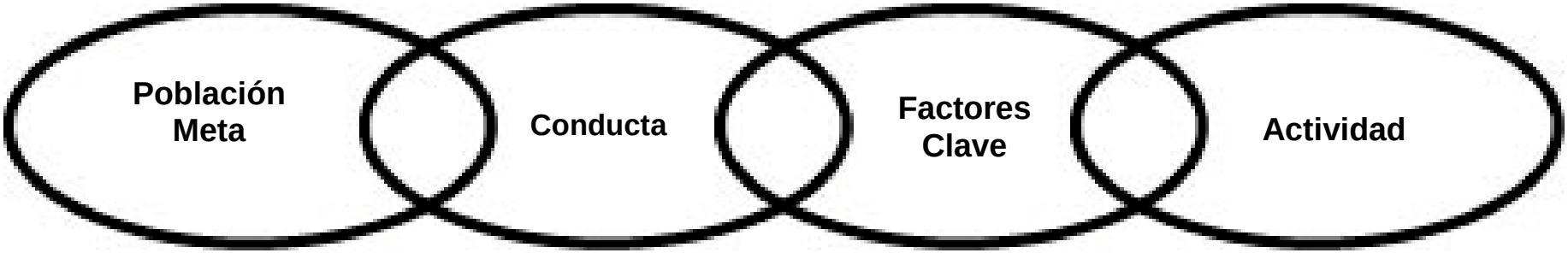
Categoría de actividad	Determinante
Información centralizada	Conocimientos Acceso Riesgo percibido
Actividades de pequeños grupos (Pueden ser efectivas pero requieren mucho esfuerzo e impactan a poca gente)	Actitudes Normas percibidas Habilidades Autoeficacia Conocimientos Consecuencias Riesgo percibido Intenciones
Actividades individuales cara a cara	Actitudes Habilidades Autoeficacia Conocimientos Riesgo percibido Intenciones
Distribución, subsidio o promoción de productos o servicios	Acceso
Medios de comunicación social (depende del medio seleccionado)	
Medios electrónicos	Acceso, conocimientos (limitados), riesgo percibido,habilidades (si son simples y no requieren mucha práctica).
▪ Anuncios pagados en varios medios	
▪ Servicios públicos de anuncios en varios medios	Acceso, conocimientos (limitados), riesgo percibido, habilidades (si son simples y no requieren mucha práctica
Medios impresos	
▪ Folletos	Acceso, conocimientos (limitados, riesgo percibido, habilidades (si son simples y no requieren mucha practica)
▪ Afiches	Acceso, conocimientos (limitados), riesgo percibido, habilidades (si son simples y no requieren mucha práctica)
▪ Fotonovelas	Normas percibidas, riesgo percibido consecuencias percibidas, acceso habilidades, actitudes, intenciones, conocimientos
▪ Rotafolios	Habilidades, actitudes, intenciones, conocimientos, normas percibidas
▪ Video	Normas percibidas, riesgo percibido, consecuencias percibidas, acceso, habilidades, actitudes, intenciones, conocimientos
Movilización Comunitaria	Leyes, políticas Acceso Conocimientos Normas percibidas
Promoción y Defensa Pública	Leyes, políticas Acceso

Hoja de trabajo S8 – H1
Ejercicio de Selección de Actividades a Partir de los Factores Clave

Nuestra población meta es:
Jóvenes Hombres de 19 a 24 años que tienen intención de usar el condón

FACTORES CLAVE	**ACTIVIDADES**
1. Incrementar los conocimientos sobre: a) La forma de transmisión del VIH b) Los riesgos de la relación sexual penetrativa con una pareja sin protección	
2. Incrementar los conocimientos con relación al uso correcto y consistente del condón, con énfasis en la lubricación y su colocación	
3. Reducir mitos y creencias sobre la desconfianza en la protección que da el condón, falta de placer al usarlo y pena para obtenerlo	
4. Incrementar la percepción de riesgo de contraer el VIH en los jóvenes y la precaución de portar siempre un condón	
5. Aumentar la habilidad y destreza en el uso correcto y consistente del condón	
6. Aumentar los conocimientos sobre la autoestima para evitar la desconfianza de la pareja	

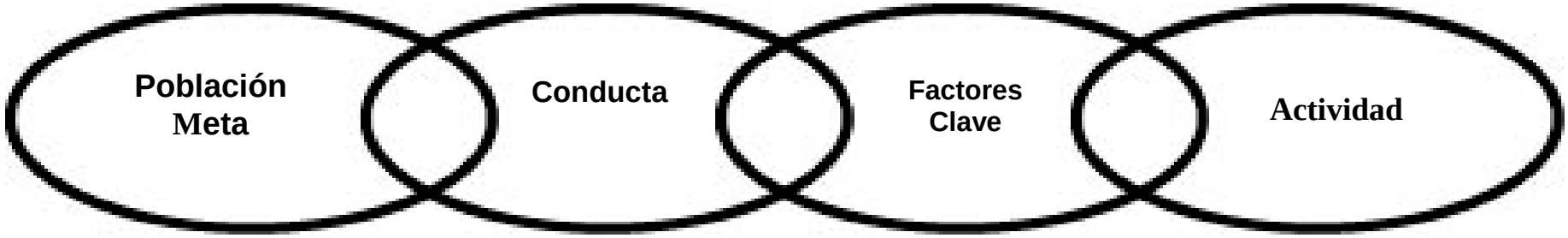
CADENA DE CAMBIOS HIPOTETICA DE LA ORGANIZACIÓN GAVIOTA S8-7



POBLACIÓN PRIMARIA

¿ Quién ?	¿ Qué ?	Verbo + Factor	Actividad
Hombres jóvenes de 15 a 24 años, que tienen intención de usar el CONDON	Qué los jóvenes usen el CONDON en toda relación sexual (incluyendo su pareja estable)	➢ Desarrollo de habilidades y hábitos que les permita tener disponibles los condones ➢ Aumento de la habilidad en el uso correcto del condón ➢ Disminuir mitos en la aceptación social del uso del condón	Talleres en pequeños grupos Video Sociodrama Demostraciones

CADENA DE CAMBIOS FINAL DE LA ORGANIZACIÓN GAVIOTA S8-8



¿ Quién ?	¿ Qué ?	Verbo + Factor	Actividad
Jóvenes hombres de 20 a 24 años, sexualmente activos, que alguna vez han usado condón y tienen intención de seguir usándolo	Qué los jóvenes usen el CONDON correcta y consistentemente en toda relación sexual penetrataiva (incluyendo su pareja estable)	▪ Desarrollo de habilidades y hábitos que les permitan tener diponibles los condones. ▪ Aumento de habilidad en el uso correcto del CONDON. ▪ Disminuir mitos en la aceptación social del uso correcto y consistente del CONDON ▪ Aumentar la habilidad para negociar con la pareja ▪ Incrementar la percepción de riesgo al contraer el VIH/SIDA.	▪ Transmisión ETS/VIH/SIDA ▪ Riesgos de la relación sin protección ▪ Teatro (BAMBU) ▪ Beneficios del condón. (prueba de resistencia y confiabilidad en el uso) ▪ Utiliza rotafolio para la parte teórica de fabricación y resistencia del condón así como los pasos para colocárselo ▪ En un dildo demostrar el uso del condón ▪ Práctica del uso del condón ▪ Testimonio de otros hombres que han vencido los mitos y creencias ▪ Foro de reflexión sobre mitos y creencias ▪ Video entre nosotros ▪ Puestos de distribución ▪ Dinámica del semáforo: ▪ Ejercicios (los que no tienen riesgo) ▪ Socio-drama ▪ Testimonio de personas que practican esta medida. ▪ Sesiones intensivas autoestima (folleto) ▪ Video y trabajo en pequeños grupos sobre autoestima

SESION #9: QUE APRENDIMOS Y COMO LO APLICAMOS A NUESTROS PROGRAMAS

A. Objetivos:

Al finalizar esta actividad, las personas participantes podrán

- Establecer las diferencias entre una cadena hipotética y una cadena final basada en una investigación.
- Conocer la relación entre el modelo de cadena de cambios y otras etapas del diseño, implementación y evaluación del proyecto.

Actividades	Tiempo	Página
1. Introducción	15 min.	102
2. Conclusión del taller "Relación de la Cadena Final con las Etapas de Investigación, Planificación y Evaluación del Proyecto"	30 min.	103
3. Evaluación del Taller	30 min.	104
Tiempo total	**1 hora 15 min.**	

Materiales y preparación anticipada	Página
Retroproyector	
Evaluación del Taller, Hoja de Trabajo S9-H1	105
Acetatos de "Ejemplo de la ONG Gaviota: Cadena de Cambio Hipotética y Cadena de Cambio Final" (Acetatos S8-7 y S8-8)	100 y 101

B. Notas para el facilitador/a

5. Introducción (15 minutos)

Inicie la sesión proyectando los acetatos titulados "Cadena de Cambios Hipotética de la ONG Gaviota" y "Cadena de Cambios Final de la ONG Gaviota" (Acetatos # S8-7 y S8-8) que se utilizaron en la sesión anterior, para establecer las diferencias entre ambas cadenas. Para esto:

- Promueva una lluvia de ideas con los y las participantes, anotando los aportes en un papelógrafo o pizarrón.

Concluya la introducción haciendo notar, que:

- la experiencia y conocimiento de nuestra población meta nos permite hacer aproximaciones (a veces certeras) sobre los factores que influyen en su conducta para que asuman una conducta apropiada para prevenir el VIH/SIDA/ITS, tal como en el caso de la ONG Gaviota que hemos presentado. Entre más experiencia tengamos con nuestra población meta, más cercanas serán nuestras aproximaciones a su realidad.

- Sin embargo, la verificación de dichas suposiciones es siempre necesaria, para contar con una retroalimentación basada en la realidad, a través de la investigación.

6. Conclusión del taller "Relación de la Cadena Final con las Etapas de Investigación, Planificación y Evaluación del Proyecto" (30 minutos)

Inicie el ejercicio haciendo notar a los y las participantes que el proceso de diseñar un proyecto está asociado a otros procesos institucionales, tales como la investigación, la planeación y el monitoreo y evaluación.

Forme grupos pequeños de trabajo y pídales que durante los **15 minutos** siguientes trabajen juntos/as para:

- determinar la asociación que existe entre el proceso de diseño del proyecto con base en el modelo de cadena de cambio y los procesos de investigación, la planeación y el monitoreo y evaluación.

Muestre el acetato "Cadena de Cambio Final de la ONG Gaviota" (Acetato #S8-8), para mantener completa la visualización del modelo de cadena de cambio durante el ejercicio.

En plenaria, pida a dos o tres grupos que den sus conclusiones y a continuación solicite comentarios generales.

Concluya la sesión con ideas como las siguientes,

- La investigación y la aplicación del modelo cadena de cambios, permiten desarrollar actividades efectivas y eficientes para nuestra población meta.

- La planeación de las actividades con el modelo se vuelve "estratégica", facilitando al equipo visualizar el panorama completo y observar la relación existente entre los diferentes elementos de prevención de VIH/SIDA/ITS (población meta, conducta a promover, determinantes de conducta a influir y actividades efectivas a desarrollar).

- El plan de monitoreo y evaluación institucional o del proyecto, se beneficia porque del modelo de cadena de cambios se visualiza cómo debe funcionar el proyecto y qué aspectos del mismo se deben evaluar.

7. Evaluación del Taller (30 minutos)

Inicie la evaluación indicando al grupo que necesitamos la retroalimentación de ellos y ellas para mejorar la capacitación dada a funcionarios/as de las distintas organizaciones y que por favor llenen la evaluación del taller. **No se necesita su nombre.**

Distribuya el cuestionario de la evaluación (Hoja de Trabajo S9-H1) y pida que sean lo más concretos/as y breve posible. **Dé 15 minutos.** Recoja los cuestionarios respondidos.

Finalice solicitando comentarios adicionales sobre el taller y cierre agradeciendo su participación.

EXITOS EN LA IMPLEMENTACION Y ESTUDIO DEL MODELO CADENA DE CAMBIOS!!!!!

Hoja de Trabajo S9-H1
Evaluación de los Contenidos del Taller

Instrucciones:

Por favor responda a las siguientes preguntas en forma breve y concreta.
No necesitamos su nombre

1. ¿Qué temas fueron más fáciles de comprender y manejar para usted?

2. ¿Qué temas fueron más difíciles de comprender y manejar para usted?

3. ¿Qué contenidos o partes del modelo cree que deben ser modificados para una mejor comprensión del tema y cómo debe mejorarse?

4. ¿Qué sugerencias concretas tiene con base en su experiencia para modificar las sesiones del taller?

5. ¿Es posible aplicar este modelo para la planificación de proyectos de su organización?

SI NO

¿Por qué?

Gracias por ayudarnos a mejorar nuestras capacitaciones!